

# பொதுமக்கள் தகவல் தொடர்பும் விடயபாரத் தகவல் தொடர்பும்

**CIMA, AAT, NCAT, HNDA**

ஆகிய பாடவெறிகளுக்கு அமைவானது



**திருமதி அ. வைத்திலிங்கம் (உமா) M.A., M.Phil**

## முககிய அறிவித்தல்

உடனாவம் பகுதி

### யொதுசன நூலகம் யாழ்ப்பாணம்

நீங்கள் எடுத்து வாசிக்கும் புத்தகத்தில் கீறுதல் கிறுக் குதல் அழித்தல் வேட்டுகல் மற்றபடி ஊறுபாடுகளைச் செய்ய வேண்டாமெனக் கேட்டுக்கொள்கின்றோம் புத்தகங்களை எடுக்கும் பொழுது இப்படியான குறைபாடுகளைக் கண்டால் நூலகப் பேரவையாளுக்கு உடல் தெரிவிக்கவும் இல்லாவிடின் இவ்வூறுபாடுகள் தங்களாலேயே செய்யப் பட்டதென்று கருதப்படுவதுடன் நூலகத்தில் விதிக்கப்படும் தண்டனை யையும் ஏற்கின்றீர்கள்.

உலகமும் பகுதி.







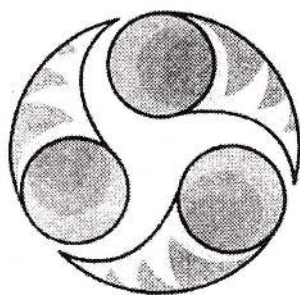
✍

com

cat

# பொது மக்கள் தகவல் தொடர்பும் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பும்

## Mass Communication & Business Communication



புத்தக நூலகம்  
சென்னை

43738 N/04

உடனுதவும் பகுதி

**G.C.E. O/L, G.C.E. A/L, N.C.A.T,  
H.N.D.A, B.B.A, AAT, CIMA**

ஆசிரியர்

திருமதி அ. வைத்திலிங்கம் (உமா)

கலையியல் நிறைஞர் (M.A)

ஆய்வியல் நிறைஞர் (M.Phil)

205970

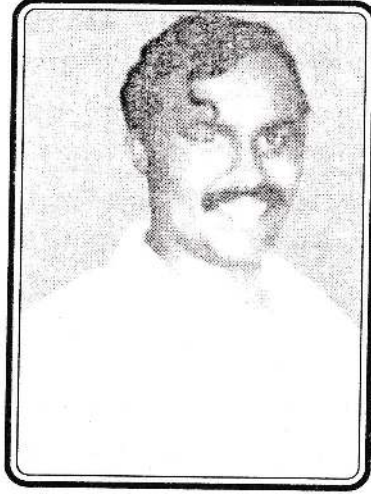
i

# நூல் தரவு

|               |  |
|---------------|--|
| தலைப்பு       | - பொது மக்கள் தகவல் தொடர்பும்<br>வியாபாரத் தகவல் தொடர்பும் |
| ஆசிரியர்      | - திருமதி. அ. வைத்திலிங்கம் (உமா)                          |
| பதிப்புரிமை   | - ஆசிரியருக்கு   |
| முதற் பதிப்பு | - 2008 . 08 . 19   |
| பதிப்பகம்     | - கீதா பதிப்பகம்   |
| பக்கம்        | - xiv + 170  |
| விலை          | - ரூபா. 300  |
| ஐ.எஸ்.பி.என்  | - 978 - 955 - 51144 - 0 - 0                                |
| Title         | - Mass Communication &<br>Business Communication           |
| Author        | - Mrs. A.Vaithilingam (Uma)                                |
| Copyright     | - Author   |
| First Edition | - 2008 . 08 . 19   |
| Printing      | - Keetha Publication                                       |
| Pages         | - xiv + 170  |
| Price         | - Rs. 300  |
| ISBN          | - 978 - 955 - 51144 - 0 - 0                                |



# காணிக்கை



என் பாசமிகு அண்ணன்  
**அமரர் சு. கந்தசாய்**  
(சாரி சென்டர் உரிமையாளர்)

அவர்களின்  
தீருப்பாத கமலங்களுக்கு  
இந்நூல் சமர்ப்பணம்

ஓம் சாந்தி

iii

சு. கந்தசாய் நினைவு நூலாக  
காந்தசாய் அமரர்  
உரிமையாளர்

## அணிந்துரை

உலகம் யாவையும் தாமுளவாக்கிய பிரளயமாகி நிற்கும் தகவல் தொழில்நுட்பம் அறிகைநிலை மற்றும் பயன்பாட்டு நிலை என்ற இரு பெரும் பரிமாணங்களைக் கொண்டது. இத்துறையிலே தமிழில் நூலாக்கங்கள் மேலெழுந்து வளர்ச்சியுற்று வருதல் அதன் முக்கியத்துவத்தை எழுத்துரு நிலையில் மீளவலியுறுத்துகின்றது. சராசரியான வாசிப்பு மட்டத்திலிருந்து உயர்நிலை வாசிப்பு மட்டங்களை நோக்கி உலக அறிவு எழுநிலை நிகழ்ந்து கொண்டிருக்கும் வேளை தமிழ் வாசகரையும் அத்தகைய ஒரு நிலைக்குத்து அசைவியத்தை (Mobility) நோக்கி நகர்த்தும் நூலாக்கம் ஒன்றை திருமதி. அ. வைத்திலிங்கம் (உமா) மேற்கொண்டுள்ளார்.

அண்மைக் காலத்துச் சிந்தனை எழுச்சியில் “பொறியுடல்” (Cyborg) என்ற எண்ணக்கரு முன்வைக்கப்பட்டுள்ளது. மனித உடலையும் பொறிகளையும் இணைக்கும் கருத்து வடிவமாகப் பொறியுடல் குறிப்பிடப்படுகின்றது. மனித உடலின் உள்ளும், உடலுக்கு வெளியேயும் மனித ஆற்றலை மேம்படுத்தும் வகையிற் கணிப்பொறி உள்ளிட்ட பொறிகளை இணைக்கும் செயற்பாடுகள் பெருக்கெடுத்து வருகின்றன. இவ்வாறான பெருக்கத்தின் எழுகை இயற்கை / செயற்கை, சேதனம் / அசேதனம், மனிதம் / அல்மனிதம் போன்ற வேறுபாடுகளைத் தகர்த்து வருகின்றது. இந்தப் புதிய வளர்ச்சியின் இயல்புகளை தகவல் தொழில்நுட்பம் வழியாக அறிகைப்படுத்தும் ஆக்கம் ஒன்றினை நூலாசிரியர் வரன்முறையான ஒழுங்கமைப்பாக்கித் தந்துள்ளார்.

தகவல் தொழில்நுட்பம் சார்ந்த நூல்கள் மிகுந்த திட்ட நுட்பத்துடன் எழுதப்பட வேண்டியுள்ளன. ஏனெனில் அது மிகவும் கூர்ப்படைந்து வரும் விஞ்ஞானமாகவும் மனித வாழ்க்கையில்

அனைத்துத் துறைகளிலும் ஊடுருவி விரைவில் பரந்து வரும் நடைமுறைத் தொழில்நுட்பமாகவும் மேலெழுந்து வருகின்றது. அறிவின் பல நிலைகளிலும் அதன் பரவல் நிகழ்ந்து வரும் வேளையில் புதிய எழுத்தாக்கங்களை முன்னிலும் கூடுதலாக நிதானப்படுத்தி மேற்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. இந்த அறிகைப் பிரக்கை நூலாசிரியரின் அறிவுப் புலத்திலிருந்து மேலெழுகின்றது.

தகவல் தொழில்நுட்பம் பற்றிய பிரக்கை அற்றோர் சமகால உலகில் “காலாவதியானவர்களாக” மாறி வரும் நிலையில், இவ்வாறான நூலாக்கம் காலத்தின் வேண்டுகூலாயிருத்தலையும் குறித்துரைக்க வேண்டியுள்ளது.

அண்மைக் காலத்தில் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஆய்வுகளின்படி நாள் ஒன்றுக்கு இந்நாட்டில் ஒரு புதிய தமிழ் நூல் வெளிவருதல் சுட்டிக் காட்டப்பட்டுள்ளது. ஆக்கத் துறையில் நிகழ்ந்துவரும் இந்தப் புதிய மலர்ச்சி வாசகரிடத்தும் சமாந்தர வளர்ச்சியை ஏற்படுத்த இந்தப் புதிய நூல் வரவு தூண்டுதளளித்தல் வேண்டுமென வாழ்த்துகின்றேன்.

**பேராசிரியர் சயா. ஜெயராசா**

# ஆசிச்செய்தி

மணல் தூவி விரல் தேய்த்து நம் மழலைகள் ஆனா.....  
ஆவன்னா.....' எழுதிப்பயின்ற காலம் மலையேறிப் போய்விட்டது.  
தற்போது கணனிப் பொறிகளிலே கைவைத்துக் கச்சிதமாகச்  
சாகசங்கள் செய்து காட்டும் காலம் மலர்ந்து விட்டது. விஞ்ஞான  
தொழினுட்ப வளர்ச்சியின் பரிணமிப்பில் முகிழ்த்துவரும் விந்தைகளில்  
தலையாயதாகத் தற்காலத்தில் தகவல் தொழில் நுட்பம் இடம்  
பிடித்துள்ளது.

ஆயிரக்கணக்கான கிலோமீற்றர் தூரத்தில் இருக்கும்  
ஆட்களுடனுங் கூட முகம் பார்த்து பேசக்கூடிய தொடர்பாடல்  
சாதனத்தின் விந்தை, உலகம் வெகுவாக சுருங்கிவிட்டமைக்கு  
ஒரு சிறந்த உதாரணமாகும். இத்தகையதான புரட்சி (Electronic  
Revolution) ஒரு கிராமமாக மாறிப்போய் இருக்கும் (Global Village)  
இந்த உலகத்திலே வாழும் ஒவ்வொரு தனியாளும் உலகக் குடிமகன்  
(Global Citizen) என்ற உன்னத இலக்கை அடைவதற்குத் தகவல்  
தொழினுட்ப யுகத்துக்குள் தன்னையும் உட்புகுத்திக் கொள்ளல்  
அத்தியாவசியத் தேவையாகின்றது. அத்தோடு வீடும் நாடும் உலக  
பொருளாதார வர்த்தக வலைப்பின்னலுக்குள் பிரவேசிப்பதன் மூல  
மாகவே பொருளாதாரத்திலும் அபிவிருத்தி காண முடியும் என்பதை  
கருத்தில் கொண்டு வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு பற்றியும் விளக்கமும்  
அனுபவமும் பெற்றிருப்பது அவசியமாகின்றது.

மேற்கூறிய இரு நோக்கங்களையும் அடித்தளமாகக் கொண்டே

**‘பொதுமக்கள் தகவல் தொடர்பும்**

**வியாபாரத் தகவல் தொடர்பும்’**

என்ற நூலினை திருமதி.அ.வைத்திலிங்கம் அவர்கள் ஆக்கி  
யளித்தாள்ளார்கள்

திருமதி.அ.வைத்திலிங்கம் அவர்கள் கலைத்துறையில்  
கலையியல் நிறைஞர் (M.A) பட்டத்தையும் ஆய்வியல் நிறைஞர்  
(M.Phil) பட்டத்தையும் பெற்றுள்ளதோடு, கற்றது கைம்மண் அளவு  
கல்லாதது உலகளவு என்று அறிவுப்பசியோடு இன்னும் இன்னும்  
தேடலில் ஈடுபட்டுக்கொண்டிருக்கும் ஒரு அன்னப்பறவையும் ஆவார்.

தமிழோடு ஆங்கிலம், சிங்களம் ஆகிய மொழிகளிலும் ஆழமான பரிச்சயம் வாய்ந்தவர் மதுரை காமராஜர் பல்கலைக்கழகத்தோடு இணைந்த விரிவுரைப் பணியுடன் இன்னும் அரசு நிறுவனங்கள் சிலவற்றிலும் பல பணிகள் ஆற்றியவரும் ஆவார். இவற்றோடு மிகவும் தன்டக்கமும், மனைமாட்சியும் மிக்க சிறந்ததோர் குடும்பப் பெண்ணாகவும் விளங்கி வருபவர். இந்தவகையில் ஆன்று அவிந்து அடங்கிய சான்றோர் வரிசையில் இலைமறை காயாக இருந்து வரும் இவ் ஆசிரியையின் மேற்படி நூலும் இவரால் எழுதப்பெற்ற இன்னொரு நூலான தகவல் தொழில் நுட்பமும், தகவல்முறைமையும் என்ற நூலும் இவரது அறிவின் ஆழத்திற்கும் கணனியறிவின் ஆழத்திற்கும் சான்றாக அமைகின்றன.

முற்காலம் தொட்டு நமது நற்றமிழானது இயல், இசை, நாடகம் ஆகிய முத்துறைகளைக் கொண்ட முத்தமிழாகவே போற்றப்பட்டு வந்தது. தற்போது கணனித் தமிழும் சேர்ந்து நாற்றமிழாகத் திகழும் தேவை நமது தமிழுக்கு ஏற்பட்டுள்ளது என நல்லறிஞர்கள் கூறி வருகின்றனர். இதற்கமைய காலத்திற்கு ஏற்ற வகையிலே தேவையைப் பொறுத்து ஆங்கிலச் சொற்களையும் தமிழோடு கலந்து மணிப்பிரவாள நடையிலே

**‘பொதுமக்கள் தகவல் தொடர்பும்  
வியாபாரத் தகவல் தொடர்பும்’**

என்ற நூலினை கற்றோரும், கற்க முனைவோரும் கருத்துடன் படிக்கத்தூண்டும் வகையில் ஆக்கி அளித்துள்ளார். இவரது இத்தகைய முயற்சிக்கு வாழ்த்துத் தெரிவிப்பதோடு மேன்மேலும் இவை போன்ற அரிய நூல்களை ஆக்கி அளித்து தொடர்பாடல் துறையில் அறிவார்ந்த சமூகத்தை உருவாக்கிச் செல்ல இறைவன் இவருக்கு நல்லாசி வழங்கவும் பிரார்த்திக்கின்றோம்.

‘நிமிர்ந்தநன்னடை நேர்கொண்ட பார்வையும்  
திமிர்ந்த ஞானச் செருக்கும் இருப்பதால்  
செம்மைமாதர் திறம்புவ தில்லையே!’

**G. B. அல்வ்றெட்,**  
ஓய்வுநிலைக் கல்விப்பணிப்பாளர்,  
இலங்கை கல்வியமைச்சு.

## முகவுரை

தமிழுக்கு துறைதோறும் துறைதோறும் அழகு காப்பாய்  
கிது தான் நீ செய்யத்தக்க எப்பணிக்கும் முதற்பணியாம்  
செந்தமிழில் புகுப்புகு நூல் விளைப்பதற்கு  
செல்வத்தை செலவு செய்தால் நம் தமிழ் நாடு உயராதோ நலிவல்லாம் தீராதோ

(புரட்சிக்கவி பாரதிதாஸன்)

உலகம் மிகவும் சுருங்கி ஒரு குக்கிராமம் ஆகிவிட்டது நாட்டு நடப்புகளையும் உலக ஓட்டங்களையும் நம் வீட்டு நடுக்கூடத்தில் கண்டு களிக்கின்றோம்; விரல் நுனிகளுக்குள் இவ் விந்தை மிகு உலகம்: என்றெல்லாம் பரவலாக பேசப்படுவதற்கு காரணம் தொடர்பாடல் துறையின் வியத்தகு முன்னேற்றமேயாகும். தகவல் தொடர்பு என்பது மனிதன் தோன்றிய காலம் முதல் இருந்து வந்த போதிலும் அது பொதுவாக கருத்துப்பரிமாற்றம் என்ற நிலையினை மட்டும் தாங்கியதாக ஒரு குறுகிய வட்டத்திற்குள்ளேயே இருந்தது.

தற்காலத்தில் மிகச் சிறந்த தொடர்பாடல் சாதனங்களை உள்வாங்கி இதன் வளர்ச்சி உச்ச நிலையினை அடைந்துள்ளது. இதனால் இன்றைய யுகம் தொடர்பாடல் யுகம் என்று பேசப்படுவதோடு மனிதனோடு தொடர்புடைய துறைகளில் புதியதொரு துறையாகவே வளர்ந்துள்ளது. சாதாரண மக்கள் முதல் கற்றுத் தேர்ந்த மக்கள் வரையும் தொடர்பாடல் பற்றியும் தொடர்பாடல் சாதனங்கள் பற்றியும் அறிந்து வைத்திருத்தல் அவசியமாகின்றது. எனினும் இதற்கு பல இடர்பாடுகள் உள்ளன

அதாவது ஆங்கில மொழியில் இருப்பது போல ஏராளமான நூல்கள் தமிழில் இல்லை தமிழ் மொழியில் குறிப்பிட்ட சில இந்திய எழுத்தாளர்களின் நூல்களே உள்ளன. இலங்கையைப் பொருத்தவரையில் மக்கள் தகவலில் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பியலைப் பற்றி அறிந்து கொள்வதற்கு முழுமையான நூல்கள் பற்றாக்குறையாகவே உள்ளது. அதில் ஒரு துளியையாவது நிறைவு செய்யும் நோக்கிலேயே எனது இரண்டாவது நூல் மக்கள் தகவல் தொடர்பும் வியாபாரத்தகவல் தொடர்பும் என்ற பெயரில் எழுதப்பட்டுள்ளது.

முதலாவது பகுதி மக்கள் தகவல் தொடர்பியல் என்னும் தலைப்பில் ஆரம்பகால தகவல் தொடர்பாடல் முதல் நவீன கால தொடர்பாடல் முறைகள் வரை எடுத்துக் கூறப்பட்டுள்ளது. அத்தோடு தொடர்பாடல் என்பதன் வரைவிலக்கணம் தொடர்பாடல் சக்கரம் தொடர்பாடல் மாதிரிகள் என்பனவும் இப்பகுதியில் இடம் பெற்றுள்ளது.

இரண்டாவது பகுதியில் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு சம்பந்தமான செய்திகள் இடம் பெற்றுள்ளது இதில் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு முறைகள், வணிகக் கடிதங்கள், அறிக்கைகள், நேர்முகப் பரீட்சை, மேலாண்மைத் தகவல் தொடர்பு, விளக்க வரைபடங்கள் என பல தலைப்புக்களில் கருத்துக்கள் முன்வைக்கப் பட்டுள்ளன.

ஆகவே இச்செய்திகள் யாவும் தொடர்பாடல் துறையில் அறிவினைப்பெற விரும்புவோருக்கும் மாணவர்களுக்கும் ஊடகத் துறையினருக்கும் தொழில் வாய்ப்பை எதிர் நோக்கி இருப்போருக்கும் பெரிதும் உதவும் என நினைக்கின்றேன்.

இரண்டாம் பகுதியில் இடம் பெற்றுள்ள வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு கல்விப்பொதுத்தராதர சாதாரணதரம் கல்விப்பொதுத்தராதர உயர்தரம் ஆகிய வகுப்புகளில் வர்த்தக பாடத்தை பயிலும் மாணவர்களுக்கும் தொழில் நுட்பக்கல்லூரிகளில் கணக்கீட்டு தொழில் நுட்பவியல் (N.C.A.T), உயர்கணக்கீட்டு தொழில்நுட்பவியல் டிப்ளோமா (H.N.D.A) பயிற்சியினை மேற்கொள்வோர், மேலும் வர்த்தக, கணக் கீட்டுத் துறையிலான வர்த்தக முகாமைத்துவ கலைமாணி (B.B.A), கணக்கியல் நுட்பவியலாளர் (A.A.T), பட்டயக்கிரய முகாமைத்துவ கணக்காய்வு (CIMA) ஆகிய பயிற்சி நெறிகளில் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பினை ஒரு பாடமாகப் பயிலும் மாணவர்களுக்கு உதவும் என்பது எனது எண்ணம்.

ஆகவே மாணவர்களையும் தகவல் தொடர்பு சம்பந்தமான கருத்துக்களை அறிந்து சமூக முன்னேற்றத்தில் பங்குகொள்ளவும், இதழ்கள் பத்திரிகைகள் வானொலி, தொலைக்காட்சி, திரைப்படம் ஆகிய துறைகளில் நுழைவதற்கான அறிமுக அறிவைப் பெற விரும்புவோருக்கு உதவும் வகையிலும் இந் நூல் ஆக்கப்பட்டுள்ளது. உங்கள் விமர்சனங்கள் அவசியம். விமர்சனங்கள் ஆசிரியரது நூலின் வெற்றிக்கு வழிசமைக்கும்.

நன்றி

இப்படிக்கு

148, ஜம்பட்டா வீதி,  
கொழும்பு-13. இலங்கை  
தொ.பே.இல. 011 2345561

திருமதி அ.வைத்திலிங்கம்  
கலையியல் நிறைஞர் (M.A)  
ஆய்வியல் நிறைஞர் (M.Phil)

# மதிப்புரை

ஸ்ரீமதி. உமா வைத்திலிங்கம் அவர்களின் இந்த நூலாக்க முயற்சியினை அறிந்து மனம் மிக மகிழ்ந்தேன். மக்கள் தகவல் தொடர்பும் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பும் என்ற தலைப்பிலான இவரது இரண்டாவது நூல் காலத்தின் தேவையறிந்து ஆக்கப்பட்ட பொருத்தமான ஆக்க முயற்சி என்றே நான் கருதுகிறேன்.

சமகாலத்தில் தகவல் தொடர்பாடல் வழிமுறைகள் முன்னேற்ற கரமான அளவில் விருத்தி கண்டுள்ளது. பண்டைய தகவல் பரிமாற்ற முறைகளினின்றும் நீங்கிப் புதிய புதிய தகவல் தொடர்பாடல் தொழில் நுட்பங்களை மக்கள் தம் அன்றாட வாழ்வில் பயன்படுத்தி வருகிறார்கள். அவ்வாறே வியாபார மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கைகளின் போதும் புதிய தகவல் தொடர்பாடல் வழிமுறைகள் ஏராளமாக அறிமுகப்படுத்தப்பட்டு பயன்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன.

தகவல் தொடர்பாடலின் பல்வேறு பரிணாமங்களை எடுத்துரைப்பதாக இந்நூல் அமைந்துள்ளது. பண்டைய எங்கள் மூதாதையர் பயன்படுத்திய சைகைகள், குறியீடுகள், பின்னர் மொழிப் பயன்பாடு அதன் பின்னர் விஞ்ஞான வளர்ச்சி காரணமாகக் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட நவீன கருவிகளின் பாவனை ஆகிய பல விடயங்கள் இந்நூலில் உள்வாங்கப்பட்டுள்ளன.

தன் அருகில் இருப்பவனுக்குக் கூடத் தன்னுடைய கருத்துக்களையும் எண்ணங்களையும் வெளிப்படுத்துவதில் முன்பெல்லாம் நிறைய சிரமங்கள் இருந்தன. ஆனால் இன்று கடல் கடந்து, கண்டம் கடந்த நிலையிலுள்ள உறவுகளுடன் கூட நினைத்த மாத்திரத்தில் தொடர்பு கொள்ளவும், தகவல் பரிமாறவும் முடியுமாயுள்ளது.

இன்று ஒரு நாட்டின் இயக்கத்துக்கு அவசியமான விடயமாக வியாபாரம் மற்றும் வர்த்தகம் இடம்பிடித்துள்ளது. இந்நடவடிக்கைகளின் போதான தகவல் தொடர்பாடல் வழிமுறைகள் அதன் விளைவுகள் முதலியவற்றை நூலாசிரியர் மிக அழகாக எடுத்துரைக்கின்றார்.



சந்தையில் மலிந்து கிடக்கும் தரமற்ற சில நூல்களுக்கும் சஞ்சிகைகளுக்கும் மத்தியில் ஆசிரியரின் இந்தப் படைப்பு வித்தியாசமானதாக இருப்பதை இங்கு மகிழ்ச்சியோடு கூறிக் கொள்கிறேன். காலத்திற்கு ஏற்ற விடயத்தைத் தெரிவு செய்து மிகச் சரியான தெளிவுடன் இந்நூல் ஆக்கப்பட்டுள்ளது. ஒரு படைப்பாளிக்கான அந்தஸ்தையும், சிறப்பையும் இந்நூலின் மூலமாக ஸ்ரீமதி உமாதன் வசப்படுத்துவார் என்பதில் சந்தேகமில்லை.

பண்டைய இலக்கண, இலக்கிய ஆய்வுகளில் ஆர்வமும் புலமையும் மிக்க ஸ்ரீமதி உமா மக்கள் தகவல் தொடர்பும் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பும் என்ற தனது இரண்டாவது நூலின் மூலமாகப் புதிய புதிய விவகாரங்களை உள்வாங்கிப் படைப்புச் செய்யக் கூடிய தனது புகழை நிரூபிக்கிறார். ஆதாரபூர்வமான முறையில் இந்நூல் ஆக்கப்பட்டுள்ளமை பாராட்டத்தக்கது.

மக்கள் தகவல் தொடர்பாடல் மற்றும் வியாபாரத் தகவல் தொடர்பாடல் எவ்வளவோ வளர்ச்சியடைந்துள்ள பொழுதும் அவை பற்றிய போதிய அறிவுற்ற மக்கள் ஏராளமானோர் உள்ளனர். இன்னுங்கூடச் சில கிராம மக்கள் இவ்விடயங்களிற்கெல்லாம் அப்பால் ஒதுங்கியே வாழ்கின்றனர். இத்தகையோருக்கு விழிப்புணர்வுவையும் அத்துடன் அடிப்படை அறிவையும் ஊட்டக் கூடிய வகையில் இந்நூல் ஆக்கப்பட்டுள்ளமையை மனநிறைவோடு பாராட்டியாக வேண்டும்.

மக்களுக்குத் தேவையான இத்தகு விடயங்கள் மீதான நூல்கள் பல மேலும் மேலும் படைக்கப்பட வேண்டும். நூலாசிரியர் இம் முயற்சியில் தொடர்ந்தும் ஈடுபட வாழ்த்தி நிற்கிறேன். இந்நூலானது வாசகர் எல்லோரையும் சென்றடைந்து வெற்றி பெறவேண்டும் என எல்லாம் வல்ல இறைவனைப் பிரார்த்தித்து நிற்கிறேன்.

நன்றி

ஸ்ரீமதி. தவேஸ்வரி இராஜதுரை  
பயிற்றப்பட்ட விசேட தமிழ் இளங்கலைமாணி Sp.Trd (Tamil)  
கலையியல் நிறைஞர் M.A.  
ஆய்வியல் நிறைஞர் M. Phil  
ஆசிரிய ஆலோசகர்

# நன்றியுரை

எந்நன்றி கொன்றார்க்கும் உய்வுண்டாம் உய்வில்லை

செய்ந்நன்றி கொன்ற மகற்கு

(குறள்)

என் எழுத்துக்களுக்கு உயிர் கொடுக்கும் தமிழ் அன்னைக்கு என் முதல் நன்றிகள். தொடர்பாடலில் நூலொன்று எழுதுவதற்கு என்னுள் ஆர்வத்தை ஏற்படுத்திய பாரதிதாஸன் பல்கலைக் கழக பேராசிரியர் **திருமதி. ஆலீஸ்**, மதுரை செந்தமிழ் கல்லூரி தலைமை ஆசிரியர், முனைவர் **க. சீன்னப்பா** ஆகியோருக்கும் நன்றி கூற நான் கடமைபட்டுள்ளேன்.

அடுத்து நான் கட்டாயம் தொடர்பாடலுக்கான நூல் ஒன்றை எழுதி இலங்கையில் அந்த நூல் இல்லாத குறையினை போக்க வேண்டும் என என்னை நாளும் தூண்டிய **தொழில் நுட்பக்கல்லூரி** மாணவர்களுக்கும் **அம்பிகா தொலைக்கல்வி மையத்தின்** மாணவர்களுக்கும் நன்றி கூறுவதும் என் முதற்கடனே!

நூலுக்கு சிறப்பினை ஏற்படுத்தும் வகையில் ஆசிச் செய்தியை வழங்கிய இலங்கை கல்வி அமைச்சின் ஓய்வுநிலைக் கல்விப் பணிப்பாளர் **திரு. ஜி. பி. அல்வெறட்** அவர்களுக்கும் சிறந்த அணிந்துரையினை வழங்கிய **பேராசிரியர் சபாஜெயராசா** அவர்களுக்கும் மதிப்புரையினை வழங்கிய முன்னாள் இராமநாதன் கல்லூரியின் ஆசிரியரும் இந்நாள் கம்பஹா மாவட்ட ஆசிரிய ஆலோசகருமான பண்ணிசைச் செல்வி **த. கிராஜகூரை** அவர்களுக்கும் எனது மனமார்ந்த நன்றிகள்.

மேலும் இந்நூலுக்கான கையெழுத்துப்பிரதியை எழுதுவதில் எனக்குதவிய என் அருமை மாணவி **சிந்துஜா சந்திரமோகனுக்கும்** தட்டச்சு செய்து கொடுத்த என் அன்பு மாணவன் **தர்ஷனுக்கும்** நன்றிகள்.

மற்றும் இந்நூலை உருவாக்குவதற்கு பல வழிகளில் உதவிபுரிந்த எனது அன்புக் கணவர் திருவாளர் **மு. வைத்திலிங்கம்** அவர்களுக்கும் எனது மகன் **வை. ஹரிஹர்ஷனுக்கும்** இந்நூலை உருவாக்கித் தந்த **கீதா** பதிப்பகத்தாருக்கும் எனது மனமார்ந்த நன்றிகள் உரித்தாகுக.

நன்றி

இப்படிக்கு,  
**அ. வைத்திலிங்கம்**

# பொருளடக்கம்

## பகுதி - 1

### பொது மக்கள் தகவல் தொடர்பு

|   | பக்கம் |
|---|--------|
| 1. தகவல் தொடர்பு ஓர் அறிமுகம்               | 02     |
| 2. ஆரம்பகால தகவல் தொடர்பு                   | 05     |
| 1. அடையாளங்கள்/குறியீடுகள்                  | 06     |
| 2. பறையறைதல்/குறியீடுகள்                    | 07     |
| 3. தூது                                     | 08     |
| 4. கொடியசைத்தல்                             | 10     |
| 3. தகவல் தொடர்பு கருவிகளின் பாகுபாடு        | 12     |
| 1. மரபு வழி சாதனம்                          | 12     |
| 2. அச்ச வழி சாதனம்                          | 18     |
| 3. மின்னணு சாதனம்                           | 25     |
| 4. 1. தொடர்பாடல் சக்கரம்                    | 34     |
| 2. தகவல் தொடர்பு மாதிரி                     |        |
| ➤ செய்தி                                    | 36     |
| ➤ தருனர்                                    | 36     |
| ➤ பெறுநர்                                   | 37     |
| ➤ செய்திசெல்லும் ஊடகம்                      | 38     |
| ➤ எதிருட்டல்                                | 39     |
| ➤ தகவல் தொடர்பின் தடைகள்                    | 41     |
| 5.தொடர்புச் சாதனங்களின் சமுதாயப் பங்களிப்பு | 44     |

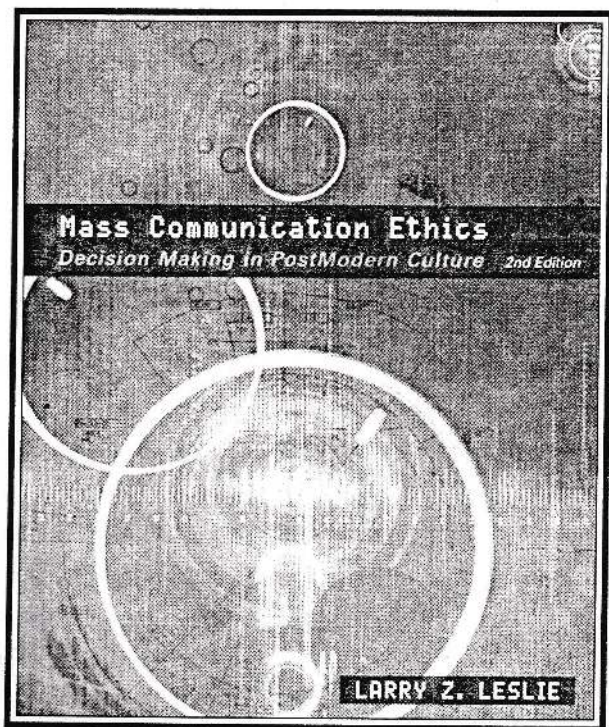
## பகுதி - 2

### வியாபாரத் தகவல் தொடர்பாடல்

|  |    |
|--|----|
| 1. வியாபாரத் தொடர்பாடலின் பொருள்                 | 50 |
| ➤ வியாபாரத் தொடர்பாடலின் அவசியம்                 | 51 |
| ➤ வியாபாரத் தொடர்பாடலின் நோக்கம்                 | 53 |
| 2.வியாபாரத் தகவல் தொடர்பின் வகைகள்               | 56 |
| 1.அமைப்பு வடிவத்தின் அடிப்படையிலான தகவல் தொடர்பு | 56 |
| 2.முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பு                      | 57 |
| கீழ்நோக்கி வரும் தகவல் தொடர்பு                   | 57 |
| மேல்நோக்கி வரும் தகவல் தொடர்பு                   | 58 |
| படுகிடைத் தகவல் தொடர்பு                          | 59 |
| முறைசாராத் தகவல் தொடர்பு                         | 60 |

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 2.  | உபயோகப்படுத்தப்பட்ட சாதனத்தின் அடிப்படையிலான தகவல் தொடர்பு | 60  |
|     | I. வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பு                           | 60  |
|     | II. எழுத்துமூலமான தகவல் தொடர்பு                            | 63  |
|     | III. சைகை மூலமான தகவல் தொடர்பு                             |     |
|     | IV. ஒலி, ஒளி மூலமான தகவல் தொடர்பு                          |     |
| 3.  | வணிகக் கடிதத் தொடர்பு.                                     | 66  |
|     | I. வணிகக் கடிதத்தின் முக்கியத்துவம்.                       | 68  |
|     | II. வணிகக் கடிதத்தின் வகைகள்                               | 69  |
|     | III. மாதிரி வணிகக் கடிதம்                                  | 70  |
| 4.  | கூட்டங்கள் / கலந்துரையாடல்கள்                              | 76  |
| 5.  | அறிக்கை  | 85  |
|     | மாதிரி அறிக்கை   | 86  |
|     | சுற்றறிக்கை / சுற்றறிக்கைக் கடிதம்                         | 92  |
| 6.  | நேர்முகப் பரீட்சை  | 96  |
|     | நேர்காணல்  | 99  |
| 7.  | விளம்பரங்கள்   | 103 |
|     | விளம்பரங்களின் வகைகள்                                      | 105 |
|     | விளம்பரத்தின் நோக்கம்                                      | 106 |
|     | மாதிரி விளம்பரங்கள்  | 108 |
| 8.  | மேலாண்மைத் தகவல் தொடர்பு                                   | 111 |
|     | I. மேலாண்மைத் தகவல் தொடர்பு என்பதன் பொருள்                 | 111 |
|     | II. மேலாண்மைத் தகவல் தொடர்பின் அவசியம்.                    | 113 |
|     | III. மேலாண்மைத் தகவல் முறையின் வடிவமைப்பு                  | 115 |
|     | IV. மேலாண்மைத் தகவல் முறையின் நோக்கம்                      | 116 |
|     | V. தகவல் தொடர்பு வெற்றி பெறுவதற்கான காரணங்கள்              | 117 |
| 9.  | விளக்க வரைபடங்களும் பட வரைபடங்களும்                        | 119 |
|     | I. படங்களின் வகைகள்  | 120 |
|     | II. நிறுவன அமைப்புசார்ந்த வரைபடங்கள்                       | 124 |
| 10. | நவீன தொழில்நுட்ப தகவல் தொடர்பு முறைகள்                     | 128 |
| 11. | பின்னிணைப்பு   | 135 |
|     | I. சிறுகுறிப்பு  | 135 |
|     | II. வினாத்தாள்   | 140 |
|     | III. கலைச் சொற்கள்   | 168 |
|     | IV. உசாத்துணை நூல்கள்                                      | 170 |

## பகுதி - I



**பொது மக்கள் தகவல் தொடர்பு**

அத்தியாயம் - 01

## தகவல் தொடர்பு அறிமுகம்

தகவல் தொடர்பு என்பது செய்திகள் கருத்துக்கள் எண்ணங்கள் என்பவற்றை ஒரு மனிதனிடமிருந்து இன்னொருவருக்கோ அல்லது பலருக்கோ அனுப்பும் செயல் முறையாகும். இவ்வாறு எண்ணங்கள் கருத்துக்கள் பரிமாறப்படும் போது இவை ஏதோ ஒரு ஊடகத்தினூடாக இடம் பெயர்கின்ற, செயல் முறையாக இருப்பதனால் தான் தகவல் தொடர்பியல் எனக் குறிப்பிடுகின்றனர். இக் கருத்துப் பரிமாற்ற செயற்பாடானது உயிருள்ள உயிரற்ற என வேறுபாடின்றி அனைத்து ஜீவராசிகளுக்கும் இன்றியமையாதது. தகவல் பரிமாற்றம் எங்கு நின்று விடுகின்றதோ அங்கு வாழ்க்கையும் ஸ்தம்பிதமாகிவிடுமளவிற்கு மக்கள் வாழ்க்கையுடன் பின்னிப்பிணைந்து காணப்படுகின்றது.

பண்டைக்காலம் முதல் இன்றுவரை கருத்து பரிமாற்று முறை இருந்து வந்துள்ளது. இத்தகவல் பரிமாற்று முறைகள் வெறுமனே கருத்துப்பரிமாற்று நடவடிக்கைகளோடு நின்று விடுவதில்லை அவை சமூக நடவடிக்கைகள், நிகழ்வுகள், அலுவல்கள் என்பன ஒழுங்கான முறையில் குறித்த நேரத்திற்கு நடைபெற உதவுகின்றன; சமூக பண்பாட்டுப் பாரம்பரியங்கள் ஓர் தலைமுறையிலிருந்து இன்னுமொரு தலைமுறைக்கு வழிவழியாக எடுத்துச் செல்ல உதவுகின்றன; சமூக ஒருமை பாட்டிற்கு வழிவகுக்கின்றன; மக்களிடையே மனித நேயப் பண்புகள் வளர்வதற்கு காரணமாக இருக்கின்றன; நாட்டு நடப்பு களையும் உலக ஓட்டங்களையும் உவந்தளிக்கின்றன; வியாபார விருத்திக்கு வழிகோலுகின்றன. இவ்வாறு இதன் பணிகளை அடுக்கிக் கொண்டே போகலாம்.

மனிதன் தோன்றிய காலத்திலேயே தோன்றிய இத்தொடர்புக் கலை ஆரம்பத்தில் அவனுக்கு தெரிந்த வழிகளில் பரிமாறப்பட்டது ஒலி, சைகை, உடல் அசைவுகள், மணி அடித்தல், புறாக்கள்

மூலம் தூதனுப்புதல், பாறைகள், மரங்களில் அடையாளங்கள், குறியீடுகளை பொறித்தல் என அமைந்து காணப்பட்டது. பின்னர் வாய்வழிச்செய்திகள், மரபு வழிச் செய்திகள் என வளர்ந்தது. முரசு அறைந்தும் தெருக்கூத்துக்களை நிகழ்த்தியும், ஓலைகளை அனுப்பியும் மற்றவர்களுக்கு தமது கருத்துக்களை மனிதன் புலப்படுத்தினான்.

மனிதன் காட்டு மிருகங்களோடு மிருகங்களாக வாழ்ந்த காலத்தில் பாரிய தொடர்பாடல் முறை அவசியமாக இருக்கவில்லை. பின்னர் மனிதனோடு மனிதனாக வாழ்ந்த காலத்தில் தொடர்பாடல் என்பது மிக இன்றியமையாதது என அதன் அவசியம் உணரப்பட்டது. இதற்கு பயன்பாட்டிலுள்ள முறைகள் போதாது, பொருத்தமற்றது என்று உணர்ந்தான். இதனால் தீவிரமாக சிந்தித்தான். சிந்தனையின் வெளிப்பாடாக மொழி ஒரு சிறந்த கருவியாக பரிணமித்தது. தொடர்பாடலில் புதிய விச்சம் போக்கும் ஏற்பட்டு ஒரு பெரும் புரட்சி ஏற்பட வழிவகுத்தது.

மனிதன் தன் எண்ணங்களையும் கருத்துக்களையும் வெளிப்படுத்துவதற்கு மொழி என்ற ஊடகத்தை பயன்படுத்தத் தொடங்கிய பின்னர் தகவல் தொடர்பு வரலாறானது பன்முகப்பட்ட வளர்ச்சியைப் பெற்றது. சொற்கள் சார்ந்ததாக இருந்த மொழி, அடையாளங்கள், குறியீடுகள் என வளர்ந்து, பின்னர் வரிவடிவம் பெற்ற நிலை தொடர்பியல் வரலாற்றின் மற்றுமொரு மைல்கல்லாக அமைந்தது.

நாகரிகம் வளர வளர அறிவியல் உணர்வு பெருகப் பெருக பிற்காலத்தில் தாளும் அச்சியந்திரமும் கண்டு பிடிக்கப்பட்டது. இன்றைய கணனி வரை வியாபித்துள்ள தொடர்பாடல் வளர்ச்சியானது அளவிடமுடியாத உயரத்தை எட்டியுள்ளது. இதனை **மாக்லூகன்** என்ற அறிஞர் பின்வருமாறு குறிப்பிடுகின்றார்.

**“அறிவியல் தகவல் வளர்ச்சி உலகத்தையே  
குக்கிராமமாக மாற்றியுள்ளது செய்தியை  
விரைவில் அறிந்து கொள்ள வேண்டும் என்ற**

அவா தகவல் தொடர்பில் பல ஆக்க பூர்வமான முன்னேற்றங்களை ஏற்படுத்தியுள்ளது. தகவல் தொடர்பியல் சீறு ஆலம் வித்தாக விதைக்கப்பட்டு இன்று பல விழுதுகளைக் கொண்ட பெரும் ஆலமரமாக வளர்ந்துள்ளது”.

உரோம் நாட்டில் ஜூலியஸ்சீசர் காலத்தில் பொது இடங்களில் செய்தி அறிக்கைகளை ஒட்டி செய்திகள் பரப்பப்பட்டன. அங்கு நடைபெறும் நிகழ்ச்சிகளை பொதுமன்றத்தில் ஒட்டி வைத்தும், பிற இடங்களுக்கு கடிதங்கள் வாயிலாக அனுப்பியும் செய்திகள் பரப்பப்பட்டதாக வரலாறுகள் கூறுகின்றன. 6ம் நூற்றாண்டில் சீனாவில் அரசவை செய்திகளை எழுத்துக்களை செதுக்கிய அச்ச வடிவங்களைக் கொண்டு வெளியிட்டனர். இந்தியாவில் அசோக மன்னன் காலத்தில் கட்டளைகள், அறச்செய்திகள், புத்தமதக் கொள்கைகள் ஆகியவற்றைத் தூண்களிலும், கற்பாறைகளிலும் செதுக்கி அவற்றை மக்களுக்குப் பரப்பினர். மேலும் அழிக்கக்கூடிய மைகளில் ஒவியங்கள் வரைந்தும் செய்திகளை வெளியிட்டதாக இந்திய வரலாறு கூறுகின்றது. எமது நாட்டில் மரப்பட்டைகள், மிருகங்களின் தோல்கள் கற்பாறைகள் என்பவற்றில் செய்திகளை எழுதி வெளியிட்டதாகவும், வரைந்து வெளியிட்டதாகவும் வையாபாடல் கூறுகின்றது.

சாதனங்களின் வளர்ச்சியினால் செய்திகளை விரைவில் அறிந்து கொள்ளும் ஆர்வம் பூர்த்தியாக்கப்பட்டு தகவலை தெரிவிக்க வேண்டும்; பலருக்கு நெடுந்தொலைவிற்கு தெரிவிக்க வேண்டும் என்ற ஆர்வம் மனித மூளையை இடைவிடாது அரித்துக் கொண்டிருந்தது. இதன் விளைவாக மின்னியல் சாதனங்கள் கண்டு பிடிக்கப்பட்டது. அவை தகவல் தொடர்பு கருவிகளில் மட்டுமல்லாமல் தகவல்களின் உள்ளடக்கத்திலும் வளர்ச்சி ஏற்பட்டு அண்டை நாடுகள் எல்லாம் அயல் வீடுகளாக வழிசமைத்தன.



அத்தியாயம் - 02

## ஆரம்பகால தகவல் தொடர்பு முறை

மனிதனுடைய வாழ்க்கையில் தகவல் தொடர்பு என்பது இன்றியமையாத ஒன்று தன்னுடன் வாழ்பவருடன் கருத்தை பகிர்ந்து கொள்ளும் ஆர்வம் தொன்றுதொட்டே இருந்து வந்த ஒரு உணர்வு என்றே கூறவேண்டும். ஏனெனில் உணவு, உடை, உறையுள் பசி, தாகம் என்பவற்றைப் போல இதுவும் அடிப்படைத் தேவையாக அமைகின்றது. பிறந்த உடனேயே குழந்தை தன்பசியை, உடல் உபாதையை தெரிவிக்க அழுகையை வழிமுறையாகப் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றது. பின்னர் மனிதன் வளர, வளர தன் முகபாவங்கள், உடல் அசைவுகள், சைகைகள், குரலின் ஏற்ற இறக்கங்கள் என்பவற்றின் மூலம் தெரிவிக்கத் தொடங்கினான். பின்னர் மொழி, அச்ச சாதனம், மின்னணு சாதனம் ஆகியவை கண்டுபிடிக்கத் தொடங்கியதைத் தொடர்ந்து கருத்துப்பரிமாற்றத்தில் பெரும் புரட்சி ஏற்பட்டது.

விலங்குகள், பறவைகள், மனிதன் என அனைத்து ஜீவராசிகளும் கருத்துப்பரிமாற்றம் செய்யாமல் வாழ முடியாது என்ற நிலை ஏற்பட்டுள்ளது. பறவைகளும் விலங்குகளும் மகிழ்ச்சி துன்பம், அச்சம் என்பவற்றை வேறுபட்ட ஒலிகளை எழுப்பி தெரிவிக்கின்றன. பொழுது புலர்ந்து விட்டது என்பதை அறிவிப்பதற்கு காசங்கள் ஒருவிதமான ஒலியை எழுப்புகின்றன; இரை கிடைத்தவுடன் காசம் தன் கூட்டத்தை இன்னும் வேறுபட்ட ஒரு ஓசையால் அழைக்கின்றது. இது போன்றே தவளை, பல்லி, நாய், பூனை என்பனவும் தமது வேறுபட்ட உணர்ச்சிகளை வெவ்வேறுபட்ட ஒலிகளை எழுப்பி வெளிப்படுத்துகின்றன. தாவரங்கள் கூட தகவல் பரிமாற்றம் செய்வதை நாம் கண்கூடாக காண முடிகின்றது. சூரிய ஒளி, நீர் என்பன தேவைப்படும் போது அதை அறிவிக்கின்றன. தாவரம் ஒன்று சூரிய ஒளியில்லாத இடத்தில் வைக்கப்படும் போது அது சூரிய ஒளியுள்ள திசையை நோக்கி வளர்வதையும், நீரில்லா விட்டால் வாடிவிடுவதையும் நாம் அவதானிக்கின்றோம். நீருற்றியதும் புத்துணர்ச்சி பெற்று நேராக

நிற்கின்றது. இவற்றை நோக்கும் போது உலகிலுள்ள அனைத்து ஜீவராசிகளும் கருத்துப் பரிமாற்றத்தில் ஈடுபடுகின்றன என்பது தெளிவாகின்றது. ஆனால் மனிதன் என்பவன் தனது ஆறாவது அறிவினைப் பயன்படுத்தி தொடர்பு சாதனங்களை கண்டுபிடித்து தொடர்பாடலில் புரட்சிகரமான மாற்றத்தை ஏற்படுத்தினான்.

ஆரம்ப காலத்தில் மனிதன் விலங்குகளோடு விலங்குகளாக வாழ்ந்தவன் விலங்குகள், பறவைகள் என்பவை ஒலி எழுப்புவதைப் போல தானும் ஒலி எழுப்பி கருத்துக்களை பரிமாறிக் கொண்டான். உலகின் முதல் மனிதர்களான ஆதாமும், ஏவாளும் ஒலிவழியாகவும் சைகைகள் மூலமாகவும் கருத்துக்களை பரிமாறிக் கொண்டதாக வரலாற்றாசிரியர்கள் குறிப்பிடுகின்றனர். புலன்களையும் உறுப்பு களையும் தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு பயன்படுத்திய மனிதன் பின் சொல்வழியல்லாத தகவல் பரிமாற்று முறைகளை பயன்படுத்தத் தொடங்கினான்.

அவை பின்வருமாறு அமைந்து காணப்பட்டது

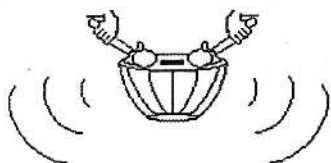
1. பறை அறிவித்தல்/முரசொலி
2. தீழுட்டுதல்
3. புகை எழுப்புதல்
4. அடையாளங்களை அணிந்து செல்லல்
5. குழல் ஊதுதல்
6. தூது, பறவைகள், விலங்குகள், மனிதர்கள் (தூதுவர்)
7. கொடி அசைத்தல்

#### 1. அடையாளங்கள் / குறியீடுகள்

பண்டைய இலக்கியங்களில் இவ்வடையாளங்கள் குறியீடுகள் பயன் படுத்தப்பட்டமை இடம் பெற்றுள்ளது. மிருகங்கள், பறவைகளின் கால்களில் கழுத்துகளில் வித்தியாசமான பூக்களை, இலைகளை கட்டி அணுப்பினர். ஒரு நாட்டைச் சேர்ந்தவர் இன்னொரு நாட்டிற்கு செல்வதற்கு மோதிரத்தை அடையாளமாகக் காட்டி விட்டுச் செல்வது வழக்கமாக இருந்தது. பூக்களை இலைகளை தலையில் சூடிச் செல்வது அக் காலத்தில் நடைமுறையில் இருந்தது.

தமிழ் இலக்கியங்கள் மக்கள் வாழும் நிலக்கூற்றை இந்த அடையாளங்களின் அடிப்படையில் தான் பாசுபடுத்தியுள்ளதாக தமிழ் அறிஞர்கள் குறிப்பிடுகின்றனர். குறிஞ்சிப்புவை அணிந்து செல்பவர்கள் குறிஞ்சி நில மக்கள் என்றும், நெய்தல் புவை அணிந்து செல்பவர்கள் கடல் சார்ந்த நிலத்தவர் எனவும், முல்லைப்புவை அணிந்து செல்வோர் காட்டு வாசிகள் என்றும் எம்மால் உணர முடிகின்றது. போருக்கு சென்ற வீரர்கள் தாம் போரில் வெற்றி பெற்ற செய்தியை மக்களுக்கு அறிவிக்க வாகைப் புவைச் சூடி ஆரவாரித்துக் கொண்டு வருவதும் வாகைத்திணையில் இடம் பெறுகின்றது. இன்றும் வெற்றி என்ற சொல்லுக்கு வாகை சூடுதல் என்று குறிப்பிடுகின்றனர். போரின் போது இவ்வாறு பல அடையாளங்களும், குறியீடுகளும் பயன்படுத்தப்பட்டதை நாம் இலக்கியங்கள் வாயிலாக அறிந்து கொள்ள முடிகின்றது.

## 2. பறை அறிவித்தல் / முரசறைதல்



முரசறைதல் என்பது மிகப் பழைய காலத்திலிருந்து இன்றுவரை பயன்படுத்தப்படும் ஒரு தொடர்பு சாதனக் கருவியாகும். முரசறைதல் என்பது “ஒரு குறிப்பிட்ட செய்தியை குறிப்பிட்ட எல்லைக்குள் வாழும் மக்களுக்கு பறை அல்லது முரசு என்ற

சாதனத்தின் மூலமாக ஒலி ஏற்படுத்தப்பட்டு ஒருவரால் உரத்துச் சொல்லப்படும் செய்தி” பறையறிவித்தல் என குறிப்பிடப்படுகிறது. எனினும் இதன் பரப்பு அதிகமானது ஏனெனில் ஒருவர் தன்னால் முடிந்தளவு உரத்தக் குரலில் முரசறைந்து செய்தியைக் கூற அதைத் தொடர்ந்து இன்னொருவர், இன்னொருவர் என பலமைல் தூரத்திற்கு இதன் மூலம் செய்தி விரைவாக அனுப்பப்பட்டது.

கடினமான மரத்தார்களினால் ஆக்கப்பட்ட முரசில் பல்வேறு அளவுகளில் துளைகள் காணப்படுகின்றன. இதனால் வெவ்வேறு வகையான ஓசைகளை எழுப்பிச் சங்கேதக் குறிகள் மூலம் வித்தியாசமான செய்திகள் பரப்பப்பட்டன. தென்அமெரிக்கர்கள்

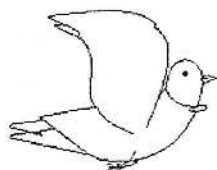
மரத்தாரினால் செய்யப்பட்ட முரசினை பயன்படுத்தி ஒருமைல் தொலைவிற்கு எட்டக்கூடிய செய்திகளை வெளிப்படுத்தியதோடு முரசின் மூலமாக நெட்டொலி, குற்றொலிகளைக்கூட வெளிப்படுத்தினர்.

இலக்கியங்களில் போர் செய்திகளை அறிவிக்கவும் அரசின் விஷேட செய்திகளை அறிவிப்பதற்கும் பறையே பயன் படுத்தப்பட்டது. அரசனைப்பற்றிக் குறிப்பிடும் போது அவனது பத்து உறுப்புக்களில் ஒன்றாக பறை கருதப்பட்டது. இதிலிருந்து அக்காலத்தில் பறை பெற்ற முக்கியத்துவத்தை அறிந்து கொள்ள முடிகின்றது.

தெரு நடனக்காரர்கள் அன்றும் இன்றும் தம்மை நோக்கி மக்கள் கூட்டத்தை வரவழைப்பதற்காக பறைகளை பயன்படுத்து கிறார்கள் கூட்டம் கூடுவதற்காக மட்டுமன்றி குறிப்பிட்ட இடத்தின் சிக்கலான சூழ்நிலையில் மக்களை எச்சரிப்பதற்கும் பயன் படுகின்றது. நீர்வெட்டு, மின்வெட்டு, ஒருவர் இறந்த செய்தி என்பனவும் இந்தியாவில் பறை அறிவித்தல் மூலமாகவே மக்களுக்கு வழங்கப் படுகின்றது. எமது நாட்டிலும் மலையகம், யாழ்ப்பாணம் போன்ற பகுதிகளில் இன்றும் பறை மூலமாக அமங்கல செய்தி அறிவிக்கப் படுகின்றது. மட்டக்களப்பில் ஆலயங்களில் வேள்வி குளிர்ந்தி ஆகிய நிகழ்வுகளில் பறை என்னும் கருவி பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இன்றும் கூட இந்தியாவிலும், அமெரிக்காவில் அமேகான் பகுதியிலும் முரசறைந்து முக்கிய செய்திகள் அறிவிக்கப்படுகின்றது. திருமண வீடுகளிலும் மரணவீடுகளிலும் பறை பல பெயர்களைப் பெற்று ஒலிக்கப்படுகின்றது. மேளம், மத்தளம், பறை, தப்பு என புதிய பரிணாமம் பெற்று இன்று வரை நிலைத்திருக்கின்றது.

### 3. தூது

தூது என்பது அனைத்து மொழிகளிலும் காணப்பட்ட மிக சிறந்த தகவல் தொடர்பு அம்சமாகும். மரபு சார்ந்த தொடர்பு முறைகளில் இது மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகவும் இலக்கியங்களில் மிகவும் செல்வாக்கு பெற்றதாகவும் உள்ளது. உயிருள்ளவை, உயிரற்றவை என அனைத்தும் செய்திகளைக் கொண்டு செல்லும் தூதுவர்களாக விளங்கியமை அன்றைய சங்க



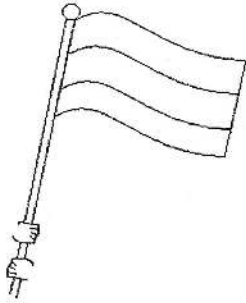
இலக்கியம் முதல் இக்கால நவீன இலக்கியங்கள் வரை இடம் பெற்றுள்ளன அன்று சமாதானத்திற்காக சமாதானச் செய்தியடங்கிய ஒலை புறாவின் கழுத்தில் கட்டி அனுப்பப்பட்டது. அதன் வளர்ச்சியே இன்று சமாதானத்தின் சின்னமாக புறா விளங்குகின்றது. அன்னம், நாரை, நெஞ்சு, நிலா என்பன தூதாக அனுப்பப்பட்டன.

திருவள்ளூர் கூட தூது என்னும் தனி அதிகாரத்தை எழுதியுள்ளார். ஒளவையார் அதியமானுக்காக நெடுமான் அஞ்சியிடம் தூது சென்று பெரும் போர் ஏற்படாமலே தடுத்துள்ளார். இவ்வாறு நாயகன் நாயகிக்கு விடுக்கும் தூது அரசர் அரசருக்கும், புலவருக்கும் தூது விடுக்கும் நிலை இருந்தது. பின்னர் செய்திகளை எடுத்துச் செல்வதற்காகவே தூதுவர்கள் நியமிக்கப்பட்டனர். கி.மு மூன்றாம் நூற்றாண்டில் பாண்டிய மன்னன் ஒருவன் அகஸ்டஸ் என்னும் உரோம பேரரசனுக்கு தூதுக்குழு மூலமாக செய்தி ஒன்றை அனுப்பி வைத்ததாக செய்திகள் கூறுகின்றன.

சிறீலக்கியங்கள் பெருந்தொகையாக எழுச்சி பெற்ற இடைக்காலத்தில் தூது என்னும் தனி இலக்கிய வகையே இருந்தது. இதிலிருந்து தூது என்பது மக்களிடையே பெற்றிருந்த செல்வாக்கு தெளிவாகின்றது.

இன்று ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பல்வேறு தூதரங்கள் அமைந்து காணப்படுவது கூட தூது இன்றும் அழிந்து விடவில்லை, அன்று ஒருமுகப்பட்ட நிலையில் இருந்தது. இன்று ஒருமைப்பாட்டினை ஏற்படுத்தல், கலாசார பரிமாற்றம், முக்கிய செய்திகளைத் தெரிவித்தல், தத்தம் நாட்டுத் தலைவர்கள் சார்பாக வாழ்த்து, அனுதாபச் செய்திகளை வழங்குதல், தத்தம் நாட்டு மக்களுக்கு இன்னொரு நாட்டில் ஏற்படும் பிரச்சினைகளுக்கு தீர்வு காணுதல் என சிறந்த தொடர்பாளர்களாக தூதரங்களில் பணியாற்றும் தூதுவர்கள் விளங்குகிறார்கள்.

#### 4. கொடியசைத்தல்



கொடியசைத்தல் மூலமாக பண்டைக் காலத்தில் பல்வேறு செய்திகள் பரிமாறப்பட்டன. உதாரணமாக அரசன் போருக்கு ஆயத்தமாகும் போது கொடியசைத்து அச்செய்தி அறிவிக்கப்பட்டது. போர் முடித்து திரும்பும் போதும் வீரர்கள் நாட்டின் எல்லைக்குள் வந்து விட்டதாக தகவல் கொடியசைத்தே அறிவிக்கப்பட்டது. செய்திகளைத் தெளிவாக அறிவிக்கும் நோக்குடன் வேறுபட்ட நிறங்களில் கொடி பயன்படுத்தப் படுகின்றது. சிவப்பு பச்சை, வெள்ளை என இந்நிறங்கள் செய்திகளை அறிவிக்க பயன்படுத்தப்பட்டன.

இன்று நாட்டில், பாடசாலைகளில், அரச நிறுவனங்களில், ஆலயங்களில், முக்கிய நிகழ்வுகளின் போது கொடியேற்றப்படுகின்றது. விளையாட்டுப் போட்டிகளின் போது மெய்வல்லுனர் போட்டிகளைத் தொடங்குவதற்கும், முடிப்பதற்கும், கொடி பயன்படுத்தப்படுகின்றது. விளையாட்டுகளில் தவறுகள் ஏற்படும் போது சிவப்பு நிறக் கொடியும் சரியாயின் வெள்ளை நிறக்கொடியும் பயன்படுத்தப்படுகின்றது.

தீமூட்டியும், அத்தீயை அணைத்து புகை எழுப்புவதன் மூலமாகவும் சில வகை செய்திகள் பரிமாறப்பட்டன. போரில் வெற்றிச் செய்தி கிடைத்தால் தீமூட்டலும் அது தோல்விச் செய்தியானால் புகை எழுப்புவதுமாக அமைந்தது. சிலசமயங்களில் தீமூட்டுதல் என்பது ஆபத்தை விளைவிக்கக் கூடியதாக இருந்ததால் அம் முறையானது பாரியளவில் பயன்படுத்தப்படவில்லை உதாரணமாக அதிகமாக காற்று வீசும் போது அழிவுகளை ஏற்படுத்தக்கூடியதாக இருந்தது. பண்டைக்கால தொடர்பு முறைகள் மூலமாக தகவல் பரிமாற்றம் நடைபெற்ற போதிலும் அது குறைந்தளவிலான தகவல் பரிமாற்ற பிரிவினருக்கோ குறிப்பட்ட தூரத்திற்கோ தகவலை வழங்கக் கூடியதாக இருந்தது.

தீ மூட்டுதல், கொடியசைத்தல், புகை எழுப்புதல் என்பன ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லை வரையிலுமே செய்திகளை வழங்கக் கூடியதாக இருந்தது. இரகசியத்தன்மை பேணமுடியாததாகவும், பாதுகாப்பற்றதாகவும் இருந்ததோடு உறுதியற்றதாகவும் அபாயம் விளைவிக்கக் கூடியதாகவும் இருந்தது.

செய்தி என்பதன் வெற்றி அதன் விரைவிலேயே தங்கியுள்ளது. ஆனால் இம்முறைகள் மூலமாக செய்தியானது காலதாமதமாகவே சென்றடைந்தது. தூதுவர் மூலமாக செய்தியினை அனுப்பும் போது செல்லும் வழியில் அவருக்கு ஏதாவது விபத்து நேரலாம்; விசுவாசமற்ற ஒருவராக இருந்தால் அவர் அச்செய்தியினை வேரொருவருக்கு விலை பேசலாம்; அல்லது அவருக்கு துன்பத்தை ஏற்படுத்தி செய்தியை பறிமுதல் செய்யலாம்; அவருக்கு ஏற்படும் இடையூரின் காரணமாக அச் செய்தி பெருனரை சென்றடைய காலதாமதம் ஏற்படும். தீ மூட்டுதலின் காரணமாக தீ விபத்து ஏற்படும் அபாயம் என பல்வேறு குறைபாடுகளை கொண்டுள்ளதனால் இத் தகவல் பரிமாற்றுமுறைகள் உறுதியற்றதாக காணப்படுகின்றன. இதனால் தான் மனிதன் தன் பகுத்தறிவினை பயன்படுத்தி புதிய தொடர்பாடல் சாதனங்களைக் கண்டு பிடித்தான்.

‘பழையன கழிதலும் புதியன புகுதலும்’ என்ற வகையில் தொடர்பு சாதனங்கள் புதிய தொழில் நுட்பத் துறையின் வேகமான வீச்சுகளுக்கேற்ப புதிய அதி நவீன தொடர்பு சாதனங்கள் கண்டு பிடிக்கப்பட்டுள்ளன. இதனால் இன்று தகவல் தொடர்பியல் யுகம் என்று பேசப்படும் வகையில் இச்சாதனங்கள் தொடர்பாடல் உலகில் வியத்தகு சாதனைகளை புரிந்து, எம்மையெல்லாம் அண்ட வெளிக்கே அழைத்து சென்று விடுவன போல தோன்றுகின்றன.

அத்தியாயம் - 03

## தகவல்தொடர்பு கருவிகளின் பாகுபாடுகள்

தகவல் பரிமாற்றம் என்பது மனிதர்கள், விலங்குகள், தாவரங்கள் என அனைத்து ஜீவராசிகளுக்கும் தேவையான ஒன்று. இது ஸ்தம்பிதமின்றி தொடர்ச்சியாக நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கும் செயற்பாடாகும். இச்செயற்பாடானது அடிப்படைத் தேவையாக இருக்கின்றமையினால் பசி, தாகம் என்பவற்றைப் போக்க உணவு தண்ணீர் என்பவற்றைக் கண்டுபிடித்ததைப் போன்று தகவல் பரிமாற்றத்திற்கும் ஒரு சாதனத்தைக் கண்டு பிடிக்க வேண்டிய தேவை ஏற்பட்டது. ஆகவே மனிதன் நாகரிக வளர்ச்சி, விஞ்ஞான கண்டுபிடிப்புக்கள் என்பவற்றிற்கேற்ப தகவல் பரிமாற்று சாதனங்களையும் அமைத்துக் கொண்டான்.

இந்நிலையில் தகவல் தொடர்பு என்பது ஒரு செய்தி ஒருவரிடமிருந்து இன்னொருவருக்கு அனுப்பப் படுவதாகவும் மக்கள் தகவல் தொடர்பு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் குறிப்பிட்ட செய்தியை ஒரு ஊடகத்தினூடாக பல தரப்பட்ட மக்களுக்கும் அனுப்புகின்ற செயன் முறையாகவும் அமைந்தது. இத்தகவல் தொடர்பினை சாதனங்களின் அடிப்படையில் மூன்று பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்.

1. மரபு வழிச்சாதனங்கள்
2. அச்சுவழிச்சாதனங்கள்
3. மின்னணுச் சாதனங்கள்

### 1) மரபுவழித் தொடர்பாடல்

ஆரம்ப காலத் தொடர்பாடல் முறைகளில் மரபுவழித் தொடர்பாடல் என்பது குறிப்பிடத்தக்கதாகும். மரபு என்பது காலகாலமாக தொடர்ந்து அதாவது ஒரு தலைமுறையிலிருந்து இன்னுமொரு தலைமுறைக்கு எடுத்துச் செல்லப்படும் நடைமுறை பழக்கவழக்கங்களாகும். இவை கலாசாரத்துடனும், சமய நடைமுறை களுடனும் தொடர்புடையதாகக் காணப்படுவதனால் அன்று முதல்



இன்றுவரை தொடர்ச்சியாக பின்பற்றப்பட்டு வருகின்றன. இப்பண்பாட்டு முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பழக்க வழக்கங்களை நாம் பொதுக் காரணங்களுக்காகவும் பயன்படுத்துகின்றோம். ஆகையினால் சில மரபுவழி நடைமுறைகள் தகவல் பரிமாற்றத்திற்கும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இவ்வாறு பயன்படுத்தப்பட்டு வரும் தொடர்பாடல் நடவடிக்கைகளே மரபுவழித் தொடர்பாடல் முறைகள் எனக்குறிப்பிடப்படுகின்றது. இத்தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு பயன்படுத்தும் சாதனங்கள் மரபுவழித் தொடர்பாடல் சாதனங்கள் எனப்படுகின்றன.

பழங்காலத்து இனம். மதம் சார்ந்த புற அடையாளச் சின்னங்களும் குறியீடுகளும் இதில் அடங்குகின்றன. உதாரணமாக சிலுவை அணிந்தவர் கிறிஸ்தவ மதத்தைச் சார்ந்தவர் என்பதையும் திருநீறு அணிந்தவர் இந்து மதத்தைச் சார்ந்தவர் என்றும் இவ்வடையாளங்கள் எடுத்தியம்புகின்றன. சில அடையாளங்கள் சமுதாயத் தகுதியினை எடுத்துக்காட்டுவதாகவும் அமைகின்றன. வெள்ளை அங்கி அணிந்தவர் பாதிரியார் என்றும் காவி வஸ்திரம் அணிந்தவர் இந்து. பௌத்த குருமார் எனவும் பிறை, பர்தா, தொப்பி அணிதல் முஸ்லீம்களின் அடையாளங்கள் என்பதையும் உணர்த்துகின்றன. இவை தவிர அம்மை நோய்கண்டவரின் வீட்டில் வேப்பிலை சொருகி வைத்தல், திருமண வீடுகளில் வாழைமரம் கட்டுதல், என்பனவும் செய்தி ஒன்றினை தெரிவிக்கும் மரபுவழி நடவடிக்கையாகும். இவை அன்று முதல் இன்றுவரை நடைமுறையில் இருந்து வருகின்றன.

மரபுவழிக்கதைகளும், வேதகீர்த்தனைகளும், கிராமிய நடனங்களும், பாடல்களும், வாய்மொழி இலக்கியங்களும் மரபுவழித்தகவல் தொடர்பு சாதனங்களாக இருந்து வருகின்றன. மக்களின் பல்வேறு மனநிலைகளை விளக்குவதற்கு பல்வேறு இராகங்கள் இசையுலகில் குறிப்பிடப்படுகின்றன. முகாரி இராகம் சோகம் என்னும் கருத்தினை உணர்த்த பயன்படுத்தப்படும் குறியீட்டுவழித் தகவல் பரிமாற்று நடவடிக்கையாகும்.

வரலாற்றிற்கு முந்திய காலத்திலேயே இலக்கியம் சிறந்த தகவல் தொடர்பு சாதனமாக விளங்கியிருக்கின்றது. பழங்காலத்தில்

பின்பற்றப்பட்ட பழக்கவழக்கங்கள் மரபுகள் இலக்கியங்களில் பதிவுசெய்து வைக்கப்பட்டதன் விளைவாக இன்றும் மக்களால் பின்பற்றப்பட்டு வருகிறது. அதனால் தான் மரபுவழிப்பட்ட சாதனங்கள் இன்னவை என உணர்த்த முடிகிறது. வேதங்கள், புராணங்கள், காப்பியங்கள் என்பன பொது மக்கள் மத்தியில் ஏற்படுத்தியிருக்கும் தாக்கம் அளப்பரியது. பாரதத்தில் அருச்சுனனுக்கு கிருஷ்ணன் சொன்ன கீதா உபதேசம் தனி மனிதன் பொது மக்களுக்கு விடுத்த மிகச்சிறந்த தகவல் தொடர்பு ஆகும். அவ்வாறு கூறப்பட்ட பல இலக்கியத் தகவல்களை மக்கள் தம் வாழ்வியல் நடை முறைகளாகப் போற்றி வருகின்றனர்

நாட்டுப்புறக் கலைகள் மரபுச் சாதனங்களுல் குறிப்பிடத் தக்கவை. கிராமிய மக்கள் நேரத்தை பயனுள்ள முறையில் களித்தனர். பொழுது போக்கிற்காக சில பாடல்களை அங்க அசைவுகளுடன் பாடி அவற்றின் மூலம் சில கருத்துக்களை தெரிவித்தனர். அத்தோடு விடுகதைகள், பழமொழிகள் என்பவற்றின் மூலமாகவும் மக்களை சிரிக்கவும் சிந்திக்கவும் தூண்டினர். இவை நாளடைவில் நாட்டுப்புறக் கலைகளாயின.

குழந்தை பிறந்தவுடன் பாடும் தாலாட்டுப் பாடல்கள், இறந்தவுடன் பாடும் ஒப்பாரிப் பாடல்கள் என்பன பின்னாளில் நாட்டுப்புறக் கலைகளாயின. விவசாயத்தின் போது வயல்களில் பாடப்படும் நடுகைப்பாடல். போன்றவையும் ஏனைய தொழில்களின் போது அலுப்புத் தோன்றாமல் பாடப்படும் பல்வேறு தொழிற் பாடல்களும் கலை நயத்துடன் அமைந்திருந்ததுடன் மக்களுக்கு செய்திகளை அறிவிக்கும் சிறந்த தொடர்பு சாதனங்களாகவும் அமைந்தன. இவை அறம் மதம், அரசியல், சமுதாய நோக்கத்திற்காகப் பயன்படுத்தப்பட்டன. ஆகையினால் தற்கால தகவல் தொடர்பு சாதனங்களைப் போல் அல்லாமல் படித்த பாமர மக்கள் அனைவரையும் வடிவத்தாலும் உள்ளடக்கத்தாலும் பெரிதும் கவர்ந்துள்ளன. அதுமட்டுமல்லாமல் அவற்றில் பயன்படுத்தப்பட்ட பேச்சு வழக்கு, வட்டார வழக்கு என்பன மக்களின் மனதை மகிழ்வித்தன.

இச்சாதனங்களின் நெகிழ்ந்து கொடுக்கும் தன்மையே அதன் பெரும் சிறப்பாகக் கருதப்படுகின்றது. ஏனெனில் புதுப்புது கருத்துக்களைக் கூட இவற்றின் மூலம் எடுத்துக்கூறலாம். நடனம், பாடல், உரையாடல், நகைச்சுவை, என பலவடிவங்களையும் கொண்டுள்ளது. இவ்வனைத்து வடிவங்கள் மூலமாகவும் கருத்துக்களை பொழுது போக்கு அடிப்படையில் வழங்குவதால் மக்களின் சுயவெளிப்பாட்டுத் தேவையை பூர்த்தி செய்கின்றது. நமது மரபையும் எம் கலாசாரத்தையும் பாதுகாப்பது மட்டுமன்றி அதனை ஓர் தலைமுறையிலிருந்து இன்னுமொரு தலைமுறைக்கு எடுத்தும் செல்லுகின்றன. மக்களின் அனுபவக் களஞ்சியமாக விளங்கும் இவ்வுயிரோட்டமான மரபுச் சாதனங்கள் அதிகமான மக்களைச் சென்றடைவதனால் இவையும் பொது மக்கள் தொடர்பு சாதனங்கள் என்ற பெயரைப் பெறுவதற்கு பொருத்தமானவை.

நாட்டுப்புறக் கலைகளில் இசைக்கருவிகளின் பங்கு மிகவும் பெரிது. இசையுடன் கலந்து நிகழ்ச்சிகள் மூலம் கருத்துக்கள் தொகுத்து தெளிவாக வழங்கப்படுவதனால் மக்களை அண்மிக்கும் ஆற்றல் என்பது இதில் காணப்படும் பண்பாகவும் அமைகின்றது. இது ஆற்றல்மிக்க தொடர்பாடல் ஒன்று கொண்டிருக்க வேண்டிய மிக முக்கிய பண்பாகும். நாட்டுப்புறக் கலைகள் என்பது கிராமிய மக்களிடையே வளர்ந்து வந்துள்ள கலையாக இருந்த போதிலும் தற்போது நகர மக்களையும் வெகுவாக கவர்ந்துள்ளது. நடப்பியல் சார்ந்த பிரச்சினைகள் நடப்பியல் வாழ்விலுள்ள மாந்தர்களை பிரதிபலிக்கும் வண்ணம் புதிய மெருகுடன் தற்போது அமைக்கப்படுவதனால் மக்களை ஈர்க்கின்றன. சமுதாயத்தில் அன்றாடம் பின்பற்றப்படும் மரபுத் தொடர்புகளும் பேச்சு வழக்கு மொழியும் இவற்றில் கையாளப்படுவதனால் அனைத்துத் தரப்பு மக்களும் புரிந்துகொள்ளக் கூடியதாக இருப்பதுடன் உடனடியாக எதிருட்டும் கிடைக்கின்றது.

இன்று விஞ்ஞானமும் தொழில் நுட்பமும் வளர்ச்சியடைந்து தொடர்பாடலில் பெரும் புரட்சி ஏற்பட்டுள்ள போதிலும் மரபுவழித் தொடர்பு என்பது இன்றும் மக்கள் மத்தியில் பின்பற்றப்பட்டு வருகின்றது. இதற்கு அடிப்படைக் காரணம் அத்தொடர்பாடல் முறைகளில் காணப்படும் சிறப்புத்தன்மைகளும், அதன் வலிமையுமாகும்

எனக் கூறலாம். அதாவது சமயம், கலாசாரம் என்பவை மக்களால் இரு கண்களாகப் போற்றப்படுகின்றன. ஆகவே இவை இரண்டுடனும் பின்னிப் பிணைந்தவையாக, சமய நம்பிக்கைகள், சடங்குகள் என்பவற்றோடு தொடர்புடையவையாக மரபுவழித் தொடர்பாடல் முறைகள் காணப்படுகின்றன. இவற்றை மக்கள் தமது பழக்க வழக்கங்களுல் ஒன்றாகவே பின்பற்றி வருவதனால் வாழ்வியல் நடைமுறைகளிலிருந்து அவற்றை எளிதில் விலக்கி விட முடியாது ஆகவே இன்றும் அவை பின்பற்றப்பட்டு வருகின்றன.

மரபுவழித் தகவல்தொடர்பானது மொழிக்கு அப்பாற்பட்டது. ஏனெனில் எம்மொழியினைப் பேசுவரும் இதனால் உணர்த்தப்படும் தகவலை எளிதில் உணர்ந்து கொள்ள முடியும். ஆற்றல் மிக்க தகவல் தொடர்பானது தெளிவு, சுருக்கம், முழுமை, விரைவு, உண்மைத்தன்மை ஆகிய பண்புகளைத் தன்னகத்தே கொண்டிருக்க வேண்டும். இப்பண்புகள் அனைத்தையும் முழுமையாக இத்தகவல் தொடர்பு கொண்டுள்ளது. உதாரணமாக வாழை மரமொன்று ஒரு வீட்டின் வாசலில் கட்டப்பட்டிருந்தால் அங்கு இந்துக்களின் விஷேட நிகழ்வு ஒன்று நடைபெறுகின்றது என்பதை சிறு குழந்தை கூட புரிந்து கொள்ளுமளவிற்கு தகவலை தெளிவாகவும், விரைவாகவும், சுருக்கமாகவும், முழுமையாகவும் வழங்குகிறது.

மேலும் இவை கலையுணர்வை அதாவது அழகுணர்ச்சியை ஊட்டக் கூடியதாகவும் அமைகிறது. வாழைமரம், மாலைலைத் தோரணங்களோடு கோலமிட்டிருக்கும் முற்றத்தின் அழகே தனியானது. அடையாளங்களாக அணியப்படும் சமயச் சின்னங்கள், ஆடைகள் மிக அழகானவையே! கிறிஸ்தவ பாதிரியார் அணிந்திருக்கும் அங்கியின் அழகு அதிலிருக்கும் தெய்வீகத் தன்மை என்பவற்றிற்கு இணையேயில்லை. மஞ்சள் நிற ஆடையில் காணப்படும் மங்களத் தன்மை என இவற்றின் சிறப்புக்களை கூறிக் கொண்டே போகலாம்.

இன்றைய . விஞ்ஞானத்துடனும் நெருங்கிய தொடர்பு கொண்டுள்ளது. வேப்பிலை, மஞ்சள் என்பன மருத்துவ குணமிக்கவை. இவற்றிற்கு கிருமிகளை அளிக்கும் சக்தியுண்டு. அதனை அம்மை நோய்கண்டவரின் வீட்டில் கட்டி வைத்தால் அத்தொற்று நோய்க்

கிருமிகளை அளித்து நோய் பரவுவதை தடுக்கும் என்பது விஞ்ஞான விளக்கம் இதனை மக்கள் தெய்வத்தின் பெயரில் மரபுவழியாக பின்பற்றினர். இத்தகைய காரணங்களினால் தான் மரபுவழி தொடர்பாடல் முறையானது வலிமைவாய்ந்த தொடர்பாடல் முறையாகவும் இன்றுவரை பேணப்பட்டு வருகிறது. மரபுவழியாக இருந்த போதிலும் நெகிழ்ந்து கொடுத்து காலத்திப் தேவைக்கமைய கருத்துக்களை வழங்குவதனால்தான் மரபு வழித் தொடர்பு சாதனங்கள் மக்களுக்கு மிக நெருக்கமானவையாக விளங்குவதோடு பண்பாட்டையும் மரபுவழியிலான சமூகமதிப்புக்களையும் நேரடியாக பரிமாற்றம் செய்கின்றன.

### அஞ்சல் - கடிதம்

மொழி என்பது பரீட்சயமானதைத் தொடர்ந்து தகவல் பரிமாற்றத்தில் மாபெறும் புரட்சி ஏற்பட்டது. வைரஸ் என்னும் பாரசீக மன்னனும் அவனைப் பின்பற்றி வந்த சில அரசர்களுமே முதன் முதலாக அஞ்சல் முறையினை தொடங்கினார்கள். இதனைத் தொடர்ந்து மாசிடோனிய மன்னர்களும் உரோமானிய அரசர்களும் இக்கடித முறையினை தொடர்ந்து சிறப்பாகக் கடைப் பிடித்தார்கள். கண்டு பிடித்தார்கள். 13 ஆம் நூற்றாண்டில் பாரீஸ் பல்கலைக் கழகத்தினர் தங்கள் மாணவர்களுக்கென அஞ்சல் முறை ஒன்றினை ஏற்படுத்தினார்கள்.

ஒழுங்கான அஞ்சல் முறையானது 1766 இல் ரொபட் கிளைவ் என்ற ஆங்கிலேயரால் ஏற்படுத்தப்பட்டதன் பின்னரே 17 ஆம் நூற்றாண்டில் அஞ்சல் முறை மிகச்சிறப்பாக வளர்ச்சி பெற்றது. 1817 ஆம் ஆண்டு இங்கிலாந்தில் ரெளன்ட்ஹில் என்னும் பள்ளி ஆசிரியரின் முயற்சியால் அஞ்சல் துறை பல சீர்திருத்தங்களைப் பெற்றது. இன்றைய அஞ்சல் துறையின் வளர்ச்சிக்கு இவரது முயற்சியே அடிப்படையாக அமைந்தது. இவ்வாறு வளர்ச்சி பெற்ற அஞ்சல் துறையானது

அனைத்து நாடுகளுக்கும் செல்ல வேண்டிய தேவை ஏற்பட்டதால் 1870 ஆம் ஆண்டு சுவீட்சலாந்தில் 22 நாடுகளைச் சேர்ந்த பிரதிநிதிகள் ஒன்று கூடி ஓர் ஒப்பந்தம் செய்தார்கள்.

இதன்படி அகில உலக அஞ்சல் யூனியன் ஏற்படுத்தப்பட்டது. தற்போது அஞ்சல் துறையில் ஏற்பட்டுள்ள துரித வளர்ச்சியினால் அனைத்து நாடுகளும் இதில் அங்கம் வகிக்கின்றன.

ஆரம்ப காலங்களில் ஓலைச் சுவடிகளிலும், துணிகளிலும் மரத்தோல்களிலும், இலைகளிலும் எழுத்தாணியால் எழுதப்பட்டன. இலக்கியங்களில் சகுந்தலை தாமரை இலையிலும், சிலப்பதிகாரத்தில் மாதவி தாழை மடலிலும் கடிதம் எழுதியதாக செய்திகள் காணப்படுகின்றன. அதுமட்டுமல்லது அரசர்கள் அகப் புறத் தூதுச் செய்திகளை அஞ்சல் வடிவிலேயே அனுப்பினர். ஆங்கிலேயரின் வருகையுடன் நவீன அஞ்சல் முறை அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

இம்முறையானது இருவழித்தொடர்பாடல் முறை போல் இருந்த போதிலும் உடனடியான எதிருட்டலை பெற முடியாத காரணத்தினால் அவ்வாறு கருத முடியாது. கடிதம் ஒன்று ஒருவரை சென்றடைவதற்கு குறைந்தது (மிகக் கிட்டிய தூரமாயின்) இரண்டு நாட்களுக்கு மேல் செல்லும் பெறுநர் அதனை வாசித்து பதில் எழுதி அனுப்புவதற்கு மேலும் மூன்று நாட்கள் எடுக்கும் ஆகவே இது ஒருவழித் தொடர்பு சாதனமாகவே அமைகிறது.

ஒருவழித் தொடர்பு சாதனமாக இருந்த போதிலும் இதன் மூலம் செய்தி ஒன்றினை மிகத் தெளிவாக கூற முடியும். ஏனெனில் ஆறுதலாக சிந்தித்து மிக அமைதியாக கருத்துக்களை முழுமையாக அதாவது விளக்கமாக வெளிப்படுத்தலாம். ஆனால் இன்று கையடக்க தொலை பேசிகளின் வருகையும் அதிலுள்ள தொழில் நுட்ப வசதிகளினாலும் (குறுஞ் செய்தி அனுப்பும் முறை S.M.S) கடிதம் எழுதும் முறை அருகியுள்ளது.

## 2) அச்சவழி சாதனங்கள்

ஐரோப்பாவில் ஏற்பட்ட அறிவியல் புரட்சியானது தொடர் பாடலில் புதிய திருப்பத்தை ஏற்படுத்தியது. அறிவியல் வளர்ச்சியானது வாசிப்புப் பழக்கத்தை அதிகரிக்கச் செய்து பெறுமளவிலான நூல்களின் தேவையையும் அவாவி நின்றது. இதனால் கையெழுத்துப் பிரதிகள் போதாமல் அச்ச இயந்திரம் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது.

பதினைந்தாம் நூற்றாண்டு ஜேர்மனியரான ஜோன் கூட்டன் பேர்க் என்பவரால் 1430 ஆம் ஆண்டு அச்சுஇயந்திரம் கண்டுபிடிக்கப் பட்டதைத் தொடர்ந்து தொடர்பாடலில் புரட்சிகரமான மாற்றம் ஏற்பட்டது. இதன் மிகப்பெறும் சாதனையே இன்று எம் கைகளில் தவழும் பத்திரிகை என்னும் சாதனமாகும். இதுவே மக்கள் தகவல் தொடர்பியலில் மிகப்பழைய சாதனமுமாகும். மின்னணு சாதனங்கள் தோற்றம் பெற்ற அண்மைக்காலம் வரை வெற்றிநடை போட்ட ஒரு சிறந்த சாதனம் இதுவாகும். ஏன் மின்னணு சாதனங்கள் செங்கோலோச்சிக் கொண்டிருக்கும் இன்றைய காலத்தில் கூட அச்சுவழி சாதனங்கள் தமக்கென தனியிடத்தைப் பிடித்துள்ளன. காலத்தின் தேவைக்கேற்ற வகையில் புதிய தொழில் நுட்பங்களை உள்வாங்கி புதிய பரிமாணங்களைப் பெற்று வளர்ச்சியடைந்து கொண்டிருக்கிறது.

அச்சம் தாளும் சீனர்களின் சிந்தனையில் பிறந்து பின்னர் தான் ஜேர்மனியில் வளர்ந்தது. கி.பி 868 இல் வாங்சிக் என்பவர் கிரகசூத்ரா என்னும் முதல் அச்சுப்புத்தகத்தை வெளியிட்டார். அச்சில் வந்த நூல்களில் இதுவே மிகப் பழமையானது. பின்னர் சீனாவில் அச்சுப் படிமுறை பலவாறு வளர்ச்சி பெற்றது. தனித்தனி எழுத்தச்சு முறை, மண்ணில் எழுதி தீயில் சுட்டு எழுதும் முறை, மரக் கட்டையாலான அச்செழுத்துக்கள், உலோகத்தாலான எழுத்துக்கள் என வளர்ச்சி கண்டது. உலோகத்தாலான எழுத்துக்களைக் கொண்டு 1409 இல் 'இ' என்பவர் ஒரு புத்தகத்தை உருவாக்கினார்.

சீனாவுடன் வியாபாரம், கலாசாரம் நட்பு ரீதியாக தொடர்பு கொண்டிருந்த ஐரோப்பியர் சீனாவிற்கு வந்து சென்ற போது இவ் வச்செழுத்துக்களையும் தம்முடன் கொண்டு சென்றனர். ஐரோப்பாவில் துணி அச்சுமுறையாக புகுந்த அச்சு முறை தாள் அச்சாக வளர்ச்சியடைந்தது. ஆரம்பத்தில் படங்கள் மட்டுமே அச்சிடப்பட்டது. பின்னர் தனி எழுத்துக்களின் தேவை உணரப்பட்டதால் தனி எழுத்துக்கள் படைக்கப்பட்டன. இதுவே அச்சுக் கலையின் தோற்ற மாகவும் அமைந்தது.

ஜோன்கூட்டன் பேர்க் தனித்தனி அச்செழுத்துக்களை கண்டு பிடித்ததன் விளைவாக அச்செழுத்துக்களின் செல்வாக்கு பெருகத் தொடங்கியது. ஜேர்மன் நாட்டவரான இவர் **கீர்த்தனைகள்** என்னும் புத்தகத்தை வெளியிட்டு அச்சுக்கலையின் தந்தை என்ற பெருமையினைப் பெறுகின்றார். இதனை அடிப்படையாகக் கொண்டு **வில்லியம் காக்ஸ்டன்** இம்முறையினை இங்கிலாந்தில் பரப்பினார். இவர் அச்சுக்கலையை பரப்பிய காலமே அச்சுக்கலையின் மறுமலர்ச்சிக் காலமாகும். சீனர்களின் சிந்தனையில் பிறந்த தாள்தயாரிப்பும் அச்சுக்கலையும் ஐரோப்பா முழுவதிலும் பரவியதைத் தொடர்ந்து இங்கிலாந்தில் **வெஸ்ட் மினீஸ்டர்** என்ற இடத்தில் அச்சுக்கூடம் நிறுவப்பட்டது. முதன்முதலாகக்க விவிலிய வேதம் அச்சிடப்பட்டது. அச்சுக்கலையின் வளர்ச்சியின் பின்னர் அனைத்து மக்களும் கல்வியைப் பெற முடிந்தது. தனிமனிதன் சமூக உறவுகளை உருவாக்கிக் கொள்ள அச்சுச் சாதனம் உதவியது. தனிமனிதன் தன் எண்ணத்தில் தோன்றி எழுத்துருவம் பெற்றவற்றை அச்சு வடிவமாக்கினான். இது மக்களை விரைவில் சென்றடைந்ததால் அங்கு ஒருவருக்கொருவர் எண்ணங்களைப் பரிமாறக் கூடியதாக இருந்தது. எனவே அச்சுக்கலையானது ஒரு புரட்சியே. இவ்வாறு அச்சுச் சாதனங்கள் மக்கள் தொடர்பு சாதனமாக மாற, 17 ஆம் 18 ஆம் நூற்றாண்டுகளில் பல இதழ்கள், சஞ்சிகைகள் செய்தித் தாள்கள் அச்சிடப்பட்டன. அத்தோடு இலக்கியங்களும் மக்களை சென்றடையும் வாய்ப்பு ஏற்பட்டது.

அச்சுக்கலையானது அமெரிக்கா, ஜேர்மனி, அதனைத் தொடர்ந்து பிரான்ஸ். சுவீடன் இங்கிலாந்து ஆகிய நாடுகளில் மிகச்சிறப்பாக வளர்ச்சியடைந்தது. அமெரிக்காவில் பாஸ்டன், பிலடெல்பியா ஆகிய இடங்களில் அச்சுக்கூடம் நிறுவப்பட்டது. ஆதனைத் தொடர்ந்து **பாஸ்டன் நியூஸெட்டர்**, **பாஸ்டன் கெஸ்ட்**, **நியூயோர்க் கெஸ்ட்**, **பென்ஸீவிரல்**, **ஜோசப் புலீச்சர்** ஆகிய இதழ்கள் வெளிவந்தன. இவ்வாறு உலகின் பல பாகங்களிலும் அச்சுக் கலையானது துரிதமாக வளர்ச்சியடைந்தது.



ஐரோப்பாவில் மட்டுமல்லாது ஏனைய நாடுகளிலும் அச்சக் கலையானது மிக வேகமாக பரவியது. நாடுகாண் பயணங்களில் ஐரோப்பியர் ஈடுபட்டதனால் அவர்கள் சென்ற நாடுகளில் வேகமாக பரவியது. 1498 ஆம் ஆண்டு வஸ்கொடகாமா இந்தியாவிற்கு வந்ததைத் தொடர்ந்து ஐரோப்பியரின் உறவு கிடைத்தது. இச்சமயம் இந்தியாவிற்கு வந்த போர்த்துக்கேய பாதிரிமார்கள் இந்தியாவிலும் அச்சக் கூடத்தை நிறுவி அக்கலையினை அறிமுகப்படுத்தினர். அதன்படி **இந்தியாவில் முதன்முதலாக கோவாவில் 1556 ஆம் ஆண்டு அச்சக் கூடம் நிறுவப்பட்டது.** தாமிரபரணியில் நிறுவப்பட்ட இவ்வச்சக் கூடத்தில் 1557 ஆம் ஆண்டு **டக்ரீனா கிறீஸ்டம்** என்றநூல் வெளியிடப்பட்டதைத் தொடர்ந்தே **தம்பிரான் வணக்கம்** என்ற தமிழ் நூல் வெளியிடப்பட்டது. இதுவே இந்திய மொழிகளில் வெளியிடப்பட்ட முதல் நூலாகும்.

அச்சக்கலை இந்தியாவில் வளர்ந்த போதிலும் அச்சக் கூடங்கள் கிழக்கிந்திய வர்த்தகக் கம்பனியின் கீழ் இயங்கியமையினால் ஆங்கில மொழியிலேயே பத்திரிகைகள் வெளிவந்தன. முதலில் **பெங்கால் கெஜட்** என்னும் பத்திரிகையும் அதனைத் தொடர்ந்து **இந்தியா கெஜட்டும்** வெளிவந்தன. இதனைத் தொடர்ந்து **கல்கத்தா கெஜட். மெட்ராஸ் கூரியர், பாம்பே டைம்ஸ்** என ஐரோப்பியருக்காக ஐரோப்பியர் வெளியிடும் பத்திரிகைகள் வெளிவந்தன. பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டில் ஏற்பட்ட விழிப்புணர்ச்சியின் பின்னரே இந்திய மொழிகளில் இந்தியருக்காக பத்திரிகைகள் வெளிவந்தன. சமுதாய சீர்திருத்த சிற்பிகளான இராஜாராம் மோகன்ராய், காந்தியடிகள் சதானந்தம், வெங்கடகிருஷ்ண அய்யர், பாரதி, திரு.வி.க போன்றோர் பத்திரிகைத் துறையில் பிரவேசித்தனர். இதனால் **நவஜீவன்** என்னும் குஜரத்தி இதழும், **சமாச்சார் தர்பான்** என்னும் வங்காள மொழி இதழும், தமிழில் **சுதேசமீத்திரன் இந்தியா, நவஜீவன்** என பல மொழிகளிலும் இதழ்கள் வெளிவந்தன. இவ்விதழ்கள் மக்களின் பிரச்சினைகள், முற்போக்குச் செய்திகள், அறிவியல் இலக்கியச் செய்திகளைக் கொண்டவையாக அமைந்திருந்தன. இதனைத் தொடர்ந்து நாள், வார, இருவார, மாத இதழ்கள் மற்றும் கலை, கல்வி, இலக்கிய, அறிவியல் இதழ்கள் என சஞ்சிகைகள் பெருந்தொகையாக வெளிவந்தன.

இந்தியாவில் அச்சுக்கலை வளர்ச்சி பெற்றதைத் தொடர்ந்து அயல் நாடான இலங்கையிலும் இதன் செல்வாக்கு பரவியது. 1802 ஆம் ஆண்டு பிரித்தானியரின் ஆட்சி இலங்கையில் வேறுன்றியதன் விளைவாக சீலோன் கவர்மென்ட் கலட் என்ற பத்திரிகை ஆங்கிலம் சிங்களம், தமிழ் ஆகிய மும்மொழிகளிலும் வெளியாகியது. 1841 ஆம் ஆண்டு இலங்கையில் முதல் தமிழ் பத்திரிகையான உதயதாரகை வெளிவந்தது. இதனைத் தொடர்ந்து சக்தியவேத பாதுகாவலன், ஈழநாடு தினகரன், வீரகேசரி என பல்வேறு பத்திரிகைகள் தமிழில் வெளிவந்தன. சிங்கள, ஆங்கில மொழிகளிலும் பத்திரிகைகள் வெளிவந்தன.

அச்சுவழி சாதனங்களின் சிறப்புப் பற்றி பல்வேறு அறிஞர்கள் கருத்துக்களைத் தெரிவுத்துள்ளனர். பிரான்ஸ் நாட்டின் வேந்தன் பதினாறாம் லூயி அச்சு மூலம் வெளியிடப்படும் எந்த செய்திக்கும் அஞ்சுவான். “தனக்கென்று அச்சுவழி சாதனம் இல்லாத இலக்கியம், அரசியல், அறிவியல் தொழில் நுட்ப அமைப்பு எதுவும் மக்கள் மனதில் நீண்ட பதிவினைப் பெற முடியாது”. என இராஜாஜி, அறிஞர் அண்ணா, ச.வி. இராமன் ஆகியோர் குறிப்பிடுகின்றனர். “அச்சுவழி சிந்தனைகள் மூலமே தன்னால் மக்களிடம் எளிமையாக பேச முடிந்தது”. என்றார் அறிஞர் அண்ணா. “தொன் கணக்கில் பேசப்படும் கருத்துக்கள் காற்றோடு கலந்துவிடும். அவன்ஸ் அளவு எழுதினாலும் அவை ஆவணங்கள் ஆகிவிடும்” என்றார் மு.வரதராஜன் அவர்கள். கேவின் பிள்பீஸ் என்னும் இதழியல் சித்தாந்த ஆசிரியர் “ஜெனீவா மதத்துறை சார்ந்த நாடாகவும் ஜரோப்பா தொழில்நுட்ப நாடாகவும், விளங்க அமெரிக்கா அனைத்துத் துறைகளிலும் பீடு நடை போட்டு விளங்கியதற்கு காரணம் அச்சுவழி சாதனங்கள் வழியாக அறிவித்தல் அறிவுறுத்தல். மகிழ்ச்சியூட்டுதல் ஆகிய பணிகளை செய்தமையே யாகும்.” இதழ்கள் பற்றி கோ. தண்டபாணி அவர்கள் இதழியல் என்னும் நூலில் பின்வருமாறு குறிப்பிட்டுள்ளார்.

“உலகம் நம்கண் முன்னே சுருங்கிக் கிடக்கிறது பரந்து கிடக்கும் நிலப்பகுதி ஒரு பார்வைக்குள் அடங்கிவிடுகிறது தொலை வானம் ஓரிடத்தில் மண்ணை முத்தமிட்டு

கொண்டிருக்கும் அடி வானத்தில் தான் நிலப்பரப்பே அடங்கியிருக்கின்றது என்று கருதிக் கொண்டிருந்த அப்பாவித்தனத்திற்கு அறிவுலகம் முற்றுப் புள்ளி வைத்திருக்கின்றது; தொழிற் புரட்சியின் பயனாக மேற்றிசையிலிருந்து வீசிய அறிவியல் காற்றை நாம் சுவாசிக்க தொடங்கிய பின்பு எத்தனையோ துறைகள் வியத்த முறையில் வளர்ந்திருக்கின்றன. அவற்றுள் அச்சக் கலையும் ஒன்றாகும். விண்ணை கிடிக்கும் கிமயத்தைக் கூட கண்ணை கிமைக்கும் நேரத்தில் செய்திகள் கடந்து வந்துவிடுகின்றன.; அன்றாடத் தொடர்புகளால் அண்டை நாடுகளிளல்லாம் அயல் வீடுகளாகி விட்டன ஆழ் கடலுக் கடியில் உலகத் தொடர்புகள் ஓடிக்கொண்டிருக்கின்றன; காற்று மண்டலம் உலக நிகழ்ச்சினை உதீர்த்துக் கொண்டே இருக்கின்றது; வான மண்டலத்துக் கோள்கள் கூட உலகத்தொடர்பு கருவிகளாகிவிட்டன; இன்றைய செய்திப் பரவலின் விரைவையும் சுறுசுறுப்பையும் எடுத்துப் பார்த்தால் வானவூர்திகளில்லாம் கட்டை வண்டிகளாகி விடுகின்றன; உலகப் பூங்காவில் அறிவு விளையாட்டிற்கு கிதழ்களே ஆடுகளங்களாகத் திகழ்கின்றன.”

இக்கருத்துக்களை எல்லாம் தொகுத்து நோக்கும் போது அச்சவழி சாதனத்தின் மகிமை தெளிவாக புரிகின்றது.

அச்சவழி என்று கூறும் போது அது எழுத்து மூலமான ஒரு முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பு முறையாக இருக்கின்றமையினால் அது ஆற்றல் மிக்க பல தன்மைகளைக் கொண்டு விளங்குகின்றது. ஒரு செய்தியினை சுருக்கமாகவும், முழுமையாகவும், தெளிவாகவும், விளக்கமாகவும் எடுத்துக் கூறக்கூடியதாக உள்ளது. அத்தோடு செய்தியோடு தொடர்புடைய விளக்கப் படங்கள், புள்ளிவிபரங்கள். புகைப்படங்கள் என்பவற்றை சேர்த்து வழங்குவதனால் அச்செய்தி உறுதிமிக்கதாக அமைகின்றது.

குறிப்பிட்ட நேரத்தில் குறிப்பிட்ட செய்தியினை பல்லாயிரக் கணக்கான மக்களுக்கு தெரிவிக்கக் கூடியதாக உள்ளது. கை

யெழுத்துக்களை விட அச்செழுத்துக்கள் படிப்பதற்கு தெளிவானதாக சிந்தையைக் கவரத்தக்கதாக அமைவதனால் விருப்பத்தோடு படிக்க முடிகின்றது. ஒரு செய்தியானது விளங்காதிருக்கும் போது அதனை திருப்பத் திரும்ப படித்து விளங்கிக் கொள்ளக் கூடியதாக இருக்கிறது. தேவையேற்படும் போது மீண்டும் பயன்படுத்தக் கூடியது. உறுதி வாய்ந்த நம்பிக்கையான ஆவணம். அதுமட்டுமல்ல அச்செழுத்துக்களுக்கென்று ஒருதனி வசீகரம் காணப்படுகின்றது.

காலத்தின் தேவைக்கேற்ப நெகிழ்ந்து கொடுக்கும் தன்மை என்பது அச்சசாதனங்களுக்குரிய தனித்தன்மையாக அமைகின்றது. இன்று வளர்ந்துள்ள மின்னணு அச்சிடும் முறை, தொழில் நுட்ப வளர்ச்சியினால் தோற்றம் பெற்ற கணிப்பொறியின் இயக்கம் ஆகிய வற்றுடன் இணைந்து, அதற்கேற்ப நெகிழ்ந்து கொடுத்து, அந்த தொழில் நுட்பத்தை உள்வாங்கி சிறப்பாக வளர்ச்சி கண்டுள்ளது. இதழ்கள், பருவஇதழ்கள், பத்திரிகைகள், விளம்பரங்கள் என்பன புதிய தொழில் நுட்பங்களுக்கேற்ப அச்சிடப்படுகின்றன. அச்செழுத்துக்கள் பல்வேறு புதிய வடிவங்களில் உருவாக்கப்பட்டுள்ளன. கணிப்பொறியில் அச்சிடப்படுவதனால் பக்க வடிவமைப்பு, வர்ணங்கள், படங்கள் தலைப்புக்கள், மிகச் சிறப்பாகவும், கவர்ச்சிரமாகவும் வடிவமைக்கப்படுகின்றது. இதனால் தொடர்பாடலிலும் ஒரு புதிய வீச்சு உருவாக்கம் பெற்றுள்ளது.

அதுமட்டுமன்றி இச்சாதனங்கள் எத்தகைய தொழில் நுட்பங்களை உள்வாங்கியிருந்தாலும் அவற்றின் விலை நியாயமானதாகவே உள்ளது. இதனால் அனைவரும் விலை கொடுத்து வாங்க முடிகின்றது. அதிக அளவிளான செய்திகள், நேர்த்தி. ஆதாரத் துடனான உண்மைகள், அனைத்தும் ஒருங்கே குறைந்த விலையில் கிடைப்பதனால் தான் இவை மக்களிடையே ஜனரஞ்சகத்தன்மை பெற்று விளங்குகின்றன. இவ்வச்சுகள் காண்பவர் கண்களை கவர்ந்திழுத்து, படிக்கத்தாண்டி, படிக்கும் போது கூறுகின்ற கருத்துக்களாலும் முறையினாலும் வாசகரை ஈர்த்து, அவரிடம் தெளிவை ஏற்படுத்துகின்றன. இதனால் இன்று அச்சசாதனங்கள் அருங்கலையாக அதி உயர்ந்த வளர்ச்சியைக் கண்டுள்ளன.

### 3) மின்னணுசாதனங்கள்

#### I. வானொலி

அறிவியல் துறையின் வளர்ச்சியானது இவ்வலகினை அதிசயத்தில் ஆழ்த்தியுள்ளது. விந்தைமிகு உலகில் விஞ்ஞானத்தின் வளர்ச்சியினைக் கொண்டு விதவிதமான கண்டுபிடிப்புக்கள். ஒரு சிறு பட்டினை அழுத்தியவுடன் பரவச உலகிற்குள் நாம் சென்று விடுகின்றோம். இதற்கான அடிப்படைக் காரணம். மின்சாரம் என்னும் விஞ்ஞானக் கண்டுபிடிப்பேயாகும். **பெஞ்சமின் மீராங்** என்பவரின் இவ்வற்புதக் கண்டுபிடிப்பு அனைத்துத் துறைகளிலும் அதிசயமான மாற்றத்தை ஏற்படுத்தியது. அது தொடர்பாடலிலும் தன்தடத்தைப் பதிக்கத் தவறவில்லை. இவ்வறிவியல் கண்டுபிடிப்புக்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு தொடர்பாடல் அறிஞர்கள் பல சாதனங்களைக் கண்டுபிடித்துள்ளனர். இவ்வாறு மின்சக்தியை அடிப்படையாகக் கொண்டு கண்டு பிடிக்கப்பட்ட சாதனங்கள் மின்னணு சாதனங்கள் எனப்படும். வானொலி, தொலைக்காட்சி, திரைப்படம், கணிப்பொறி என்பவற்றைக் கூறலாம்.

**மார்க்கோனி** என்பவர் வானொலியை கண்டுபிடித்ததைத் தொடர்ந்து அது மிகச் சிறந்த தகவல் தொடர்பு சாதனமாகப் பதிவு செய்யப்பட்டது. 1894 ஆம் ஆண்டு மார்க்கோனி மின்காந்த அலைகள் வழியாக சைகைகளை அனுப்பும் முறையைக் கண்டறிந்தார். இதனைப் இங்கிலாந்தில் பதிவு செய்ததைத் தொடர்ந்து 1896 இல் வானொலி தன் சேவையை முதன்முதலாக தொடங்கியது. இதற்கு முன்னர் 1844 ஆம் ஆண்டு **மோர்ஸின்** என்பவர் 1901 இல் மின்கம்பிகளின் வழியாக செய்திகளை குறியீடுகளாக மாற்றி அனுப்பலாம் எனக் கண்டுபிடித்தார். அதன்படி அட்லாண்டிக் கடலின் குறுக்கே நியூபவுன் லாந்து வரை குறியீடுகளை அனுப்பினார். ஓடும் அலைகளுக்கும் மின்னோட்டத்திற்கும் உள்ள தொடர்பின் அடிப்படையில் **அலெக்ஸ் சாண்டர் கிராம்பெல்** 1876 இல் ஒலிபெருக்கியை உருவாக்கி வானொலி தொலைத்தொடர்பு சாதன உருவாக்கத்தில் பங்கேற்றார். **டிபாரஸ்ட்** 1906 இல் மின் ஒலி அலைகளை செவிமடுக்கும் அளவிற்கு ஆற்றல் பெற்றவையாக மாற்றும் சாதனமான வெற்றிடைக் குழலைக்

(Vacuum tube) கண்டுபிடித்தார். இதனைத் தொடர்ந்து 1920இல். அமெரிக்காவில் அபிட்ஸ்பார்க் என்னும் இடத்தில் முதன்முதல் வானொலி நிலையம் தொடங்கப்பட்டு ஒலிபரப்புச் சேவை ஆரம்பிக்கப்பட்டது. இதில் அமெரிக்க ஜனாதிபதி ஹார்டிங்ஸ் அவர்களின் செய்தி முதன்முதலாக ஒலிபரப்பப்பட்டது.

இங்கிலாந்தில் மார்க்கோனி கம்பனியால் இங்கிலாந்தில் செம்ஸ் பேடின் என்ற இடத்தில் வானொலி செயல்படுத்தப்பட்டது. இதனைத் தொடர்ந்து ஐரோப்பியரின் ஆதிக்கத்திற்கு உட்பட்ட பல நாடுகளிலும் வானொலி தன்னுடைய சேவையை ஆரம்பித்தது. இன்று செயற்கை கோள், விண்கலம் என்பவற்றுடன் தன்னை இணைத்துக் கொண்டு தொடர்பாடல் துறைக்கு அளப்பரிய சேவையாற்றி வருகின்றது. தனியொரு ஒலிபரப்புச் சேவையாக தன்பணியை ஆரம்பித்த வானொலி இன்று பல அலை வரிசைகளில் பல்வேறுபட்ட சேவைகளை ஆற்றி வருகின்றது.

இது மிகச்சிறந்த மின்னணு சாதனமாக அமைவதோடு ஒலி வழியாக செய்தியை வழங்குகின்ற சாதனமாகவும் அமைகின்றது. குறிப்பிட்ட நேயர்களை இனங்கண்டு அவர்களுக்கென தனித்தனி நிகழ்ச்சிகளை தரமாக ஒலிபரப்புகிறது. வர்த்தக விளம்பரங்கள் மூலம் தனக்குரிய நிதியை பெருமளவில் உருவாக்கிக் கொள்கின்றது. தனிப்பட்ட வலைப்பின்னல்களை அமைத்து அவற்றுடன் இணைந்து செயல்படுகின்றது. அரசின் கட்டுப்பாட்டில் இருப்பதனால் செய்திகளை மக்கள் நலன் கருதி மிகவும் பொறுப்புடன் வழங்குகின்றன.

இச்சாதனத்தினூடாக செய்தியைப் பெறுவதற்கு தனிப்பட்ட தகுதிகள் தேவையில்லை அதாவது பத்திரிகையில் செய்தி ஒன்றை படிப்பதற்கு கல்வி அறிவு தேவை. ஆனால் வானொலியில் செய்தியை கேட்பதற்கு சிறந்த புலனுணர்வு செயற்பாடே போதுமானது. அது மட்டுமல்லாது வானொலியைக் கேட்டுக் கொண்டே வேறு பல வேலைகளிலும் ஈடுபடலாம். நடுத்தர மக்களும் பயன்படுத்தக் கூடிய வகையில் விலை குறைவாகவும் காணப்படுகின்றது. செய்தித் தாள்களை விட செய்தியினை மூளை முடுக்குகளுக்கெல்லாம்

எடுத்துச் செல்லக் கூடிய தன்மை உண்டு. இயற்கை அனர்த்தங்களின் போது பாதிக்கப்பட்ட பகுதிகளுக்கு பத்திரிகை சென்றடையாத போதிலும் வானொலிச் செய்தி சென்றடைந்து விடுகின்றது. இதனால் தான் இன்று மக்கள் மத்தியில் ஜனரஞ்சகத் தன்மை பெற்ற சாதனமாக வானொலி விளங்குகின்றது.

## ii. தொலைக்காட்சி

தகவல் தொடர்பு சாதனங்களுள் மிகவும் செல்வாக்கு பெற்ற சாதனம் தொலைக்காட்சியாகும். ஒலி, ஒளி இணைப்புச்சாதனம் மக்களிடம் செல்வாக்கு செலுத்துவதற்கு அடிப்படைக் காரணம் செயற்கை கோள் வழியாக தகவல் தொடர்பை மேற்கொள்வதே ஆகும். உலகத்தின் எந்த மூலையில் நடைபெறும் நிகழ்ச்சிகளாக இருந்தாலும் அவற்றை நம் வீட்டு நடுக்கூடத்தில் கொண்டு வந்து தருகின்றது. காட்சி சித்திரிப்பு (Visual) மூலம் மக்களை பெரிதும் ஈர்த்து அவர்களை அடிமைப்படுத்தி வைத்துள்ளது. மக்கள் தம் ஓய்வு நேரங்களில் ஏனைய பொழுதுபோக்குகளில் ஈடுபடுவதை விடுத்து முழு நேரமும் தொலைக்காட்சியுடன் தம்மை இணைத்துக் கொண்டுள்ளனர்.

மின்னணு சாதனமான தொலைக்காட்சி மின் ஆற்றலால் எங்கோ ஓர் இடத்தில் நடக்கும் காட்சியை பெட்டி வடிவான சாதனம் ஒன்றின் மூலம் வீட்டிலிருந்து பார்க்கக் கூடியதாக இருக்கின்றது. ஒலி அல்லது ஒளி மின்சார சமிக்ஞைகளாக மாற்றப்பட்டு அதனை பெரிதாக்கி (Amplifier) பின்னர் வீட்டுத் தொலைக்காட்சி பெட்டியில் மீண்டும் ஒலி ஒளி சமிக்ஞைகளாக மாற்றப்படுகின்றது. ஒளிச் சமிக்ஞையை புகைப்படக் கருவி மின்சார சமிக்ஞைகளாக மாற்றிவிட்டு தொலைக்காட்சியில் தருகிறது. தொலைக்காட்சி நிலையத்திலுள்ள உயர்ந்த ஒலிபரப்புக் கோபுரம் ஒளியை மின்காந்த அலையாக மாற்றி காற்றில் கலக்கச் செய்வதனால் வீட்டுத் தொலைக்காட்சி பெட்டி மின்காந்த அலைகளைக் காற்றிலிருந்து பெற்று ஒளியாக மாற்றித் தருகிறது.

தொலைக்காட்சியினை இயக்குவதற்கு தேவையான செலவியம் என்னும் மூலப்பொருளும் காற்றில்லாக் குழாயும் கண்டுபிடிக்கப் பட்டதைத் தொடர்ந்து இதற்கான அடிப்படை ஆய்வுகள் மேற்

கொள்ளப்பட்டன. அதன்படி ஜோசப்பே என்பவர் செலினியத்தின் மீது சூரிய ஒளிபடும் போது அதில் மிகுதியான மின்சாரம் பாய்வதைக் கண்டுபிடித்தார். பால்நீப்கான் என்ற அறிஞர் மின்சக்தி மூலம் ஒரு காட்சியை அல்லது நிகழ்ச்சி தொடர்பான படத்தை ஓர் இடத்திலிருந்து இன்னுமோர் இடத்திற்கு அனுப்ப முடியும் என்பதைக் கண்டறிந்தார். இக்கருவிக்கு மன் தொலை எனப் பெயரிட்டார். இவ்வாய்வுகளின் வளர்ச்சிப்படியாகவே ஸ்கொட்லாந்து நாட்டைச் சேர்ந்த ஜோன் லக்ஸ்பயர்ட் என்னும் விஞ்ஞானி சில சோதனைகளில் ஈடுபட்டு 1925 ஆம் ஆண்டு தொலைக் காட்சியை மக்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தினார். இவர் முதன்முதலில் ஒரு சில அடி தூரத்திலிருந்து சிலுவை ஒன்றின் நிழலை திரையில் ஒளிர்ச் செய்தார். இதனை எவரும் ஏற்றுக் கொள்ளாததால் பொம்மையின் உருவத்தை ஓர் அறையிலிருந்து இன்னுமொரு அறைக்கு அனுப்பினார். அதன் உருவம் ஒளி வேறுபாடுகளுடன் திரையில் விழுந்தது. மனித முகத்தின் படத்தை ஓர் அறையிலிருந்து இன்னுமொரு அறைக்கு அனுப்ப தன் அலுவலக சிறுவனைப் பயன்படுத்தினார். இதனைக் கண்டு விஞ்ஞானிகள் பலர் அதிசயித்துப் போயினர்.

ரஷ்ய நாட்டைச் சேர்ந்த கவோரீகின் தொலைக்காட்சிப் படங்களை விரைவாகவும் தெளிவாகவும் அனுப்பக் கூடிய ஜகானாஸ்கோப் என்னும் கருவியையும் இதற்கு தேவையான ஆர்த்தீகான் என்னும் பொருளையும் கண்டுபிடித்ததைத் தொடர்ந்து 1928 ஆம் ஆண்டு பிரிட்டிஷ் பிரோட்காஸ்டிங் கோப்ரேசன் (BBC) சோதனை முறையில் தொலைக் காட்சியை ஆரம்பித்தது. 1930களில் நியூயோர்க்கில் ஒரு தொலைக்காட்சி நிலையம் நிறுவப்பட்டது. என்னும் 1936 ஆம் ஆண்டு முறையான தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சி இலண்டனில் உள்ள அலக்ஸாண்ட்ரா அரண்மனையிலிருந்து இயங்கத் தொடங்கியது. மின்காந்த அலைகள் மூலம் ஒரு குறிப்பிட்ட தூரத்திற்கே படங்களை அனுப்ப முடியும் ஆகவே சம அச்ச கொண்ட கேபிள்கள் மூலம் உலகம் முழுவதும் தொலைக்காட்சி தெரியும் தன்மை உருவாக்கப்பட்டது. அத்தோடு மட்டுமல்லாமல்



1953 ஆம் ஆண்டு அமெரிக்காவில் முதல் வண்ணத் தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பும் தொடங்கப்பட்டது. இதனைத் தொடர்ந்து உலகின் பலபாகங்களிலும் தொலைக்காட்சி தன்னுடைய ஆதிக்கத்தை செலுத்தத் தொடங்கியது.

1962 ஆம் ஆண்டு ஏர்ல் போர்ட் என்ற முதல் ஒளிபரப்புக் கோள் நிறுவப்பட்டது. அதில் உலக ஒளிபரப்பு அமைப்புக்களாகிய கின்டெல்ஸ்ட், கின்டெர்ஸ்புன்னிக் ஆகிய ஒளிபரப்புக் கோள்களும் முறையே 1965, 1971 ஆகிய ஆண்டுகளில் இயங்க ஆரம்பித்தன. இதன்பின்னர் ஒளிபரப்புக் கோள் தகவல் தொடர்பில் முறையான வளர்ச்சி ஏற்பட்டது. 120க்கும் மேற்பட்ட நாடுகள் செய்தி அனுப்புதல், பெறுதல் ஆகிய பணிகளை மிகச்சிறப்பாக மேற்கொள்கின்றன. 33க்கும் மேற்பட்ட ஒளிபரப்புக்கோள் அமைப்புகள் உலகத்தை கைவிரல் நுனிகளுக்குள் கொண்டு வந்துவிட்டது. 1970களில் மிகவும் வசதி வாங்காத தகவல் தொடர்பு உத்திகள் கணிப்பொறி தொழில் நுட்பத்தினால் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. அதனைத் தொடர்ந்து கேபிள் தொலைக்காட்சி, ஆடியோ விஷுவல் டேப்ரெக்காடர், ஆடியோ விஷுவல் கெஸ்ட் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட போதிலும் தொலைக்காட்சி மக்களிடம் பெற்ற வரவேற்பில் எவ்வித மாற்றமும் ஏற்படவில்லை.

### திரைப்படம்

மக்கள் தொடர்பு சாதனங்களில் முன்னணியில் நிற்கும் சாதனம் திரைப்படமாகும். கி. பி. 1890 ஆம் ஆண்டு அல்வா எடிசன் திரைப்படத்தை உருவாக்குவதில் வெற்றி கண்டார். இவர் சினி மாட்டோஸ் கோப்பையும், வில்லியம் பிரீஸ்கீன் சினிமாட்டோஸ் கிராபியையும், எட்வட் முப்பிரீன்ஸ் சூப்ராஸ் கோப்பையும், லாமியர் சகோதரர்கள் போன்றோர் பல்வேறு கருவிகளையும் கண்டு பிடித்த தனால் இன்று சினிமா வியத்தகு மாற்றங்களை அடைந்துள்ளது.

மக்களின் வாழ்க்கையை எடுத்துரைக்கும் கலைக்கண்ணாடி திரைப்படம் என்றால் அது மிகையாகாது. இன்று மக்களுடன் பின்னிப்பிணைந்து அவர்தம் வாழ்க்கையில் இரண்டறக்கலந்துள்ள ஒரு சாதனமாக திரைப்படத்தைக் குறிப்பிடலாம். அதன் கவர்ச்சியும்,

கற்பனையும், உண்மை போல் காட்டும் திறனும் மக்களை பெரிதும் ஈர்க்கின்றது. இத்திரைப்படமானது சினி என்ற இலத்தீன் சொல்லிலிருந்து தோற்றம் பெற்றது. சினி என்றால் அசைவு என்பதாகும். அசைவு இல்லாத படத்தை திரையில் அசையச் செய்யும் நிலை ஏற்படும் போது அந்த இலத்தீன் சொல்லுக்கு சினிமா என்று பெயரிட்டார்கள். திரையில் காணும் படமாகியதால் திரைப்படம் எனப் பெயர் பெற்றது.

கண்ணுக்கும், காதுக்கும், சிந்தைக்குமான செய்திகளைத் தரும் திரைப்படம் பல்வகைப்பட்ட மக்களை சென்றடைகிறது. ஒலி, ஒளி, அசைவு, வண்ணம் ஆகியவற்றின் கலவையான திரைப்படம் கற்பதற்கும், பயிற்சிக்கும், விளம்பரம் மற்றும் பிரசாரத்திற்கும் மிகவும் பிரபல்யம் வாய்ந்த தொடர்பு சாதனமாக விளங்குகிறது. திரைப்படத்தின் குரல் படித்தவர் பாமரர் என்ற வேறுபாடின்றி அனைத்துத் தரப்பினரையும் ஊடுருவிச் சென்று மனமாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் சக்தி வாய்ந்தது. மனிதனது செயல்களும் நடவடிக்கைகளும் திரைப்படத்தை இயக்கும் சக்திகளாக மாற்றுக்கின்றன ஆதலால் மக்கள் மனதை எளிதில் மாற்றவல்ல சாதனமாக விளங்குகின்றன. அத்தோடு தொடர்பு சாதனங்களின் மிக முக்கிய பண்புகளில் ஒன்றான மகிழ்ச்சியூட்டுதல் என்னும் பண்பினை அதிமாகக் கொண்டுள்ள சாதனமாக திரைப்படத்தைக் குறிப்பிடலாம்.

### iii. தந்தி

பாரசீக நாட்டை ஆண்ட **டேரியஸ்** என்ற மன்னன் செய்திகளை மலை உச்சி அல்லது உயரமான இடத்திலிருந்து உரத்தகுரல் படைத்தவர்கள் மூலமாக கூற வைத்தான். இது போல பல முக்கிய செய்திகளை முதலாமவர் உரத்துச் சொல்ல அதைக் கேட்டு அடுத்தவர் அடுத்தவரிலிருந்து அடுத்தவர் எனப் பரப்பப்பட்டது. 1972 ஆம் ஆண்டு ஒளி கொண்டு செய்தி அனுப்பும் முறையினை **கிளாப் சார்பே** என்பவர் அறிமுகப்படுத்தினார். இதனால் இம் முறையினை முதன்முதலாக பிரான்ஸ் அரசாங்கமே மேற்கொண்டது. சார்பேயின் முறையின்படி கைக்காட்டி மரங்களில் விளக்குகள் பொருத்தப்

பட்டிருக்கும். இவ்வாறு ஆறு மைல்களுக்கு ஒன்று வீதம் நிறுத்தப் பட்டிருக்கும். அதில் எந்தெந்த எழுத்தைக் காட்ட வேண்டுமோ அந்த எழுத்து விளக்கொளியில் காட்டப்படும். அதை அடுத்த கம்பத்தில் இருப்பவர் தொலைநோக்கி மூலம் பார்த்து அது போல தானும் இயக்குவார். இவ்வாறு செய்தி பல மைல் தூரத்திற்கு செல்லும். இதனை பயன்படுத்தி பல வெற்றிகளைக் கண்டவன் நெப்போலியன் ஆவான்.

இவ்வாறு ஒளி கொண்டு செய்தி அனுப்பி வெற்றி கண்டவர்கள் ஒலி கொண்டும் செய்தியை அனுப்பலாம் என்ற முடிவின் விளைவே தந்தியாகும். இதன் முதல் முயற்சியாக சாமுவெல் சோமர்ஸ் என்ற விஞ்ஞானி மின்சாரம் கொண்டு குறிகளை அனுப்ப முடியுமா என ஆராய்ந்து அதனடிப்படையில் கணிசமான தூரத்திலுள்ள இரு இடங்களுக்கிடையில் 26 கம்பிகளைப் பொருத்தி அவை ஆங்கில எழுத்துக்கள் 26 இனைக் குறிப்பதாக அமைக்கப்பட்டிருக்கும். ஒவ்வொரு கம்பியும் அதற்குரிய எழுத்துக்களால் (A,B,C) அடையாளம் இடப்பட்டிருக்கும். ஒவ்வொரு மணியின் கீழும் ஒரு சிறிய மணி போன்ற கோளம் வைக்கப்பட்டிருக்கும். கம்பிகளுள் மின்சார விசையை செலுத்தினால் அந்தக் கோளங்கள் அசையும் செய்திக்கு தேவையான எழுத்துடன் தொடர்புள்ள கம்பியில் மின்சாரத்தை செலுத்தினால் அந்த எழுத்தின் கீழுள்ள மணி அசைந்து குறிப்பிட்ட எழுத்து பதியும் இதுவே தந்திச் சேவையின் ஆரம்பமாகும். இதற்கு மின்சாரம் அடிப்படையாக அமைந்தமையால் இம்முறை தோல்வி அடைந்தது.

இதனைத் தொடர்ந்து அலெக்சாண்டிரே பால்டே என்பவர் கண்டு பிடித்த மின்சக்தி மின்கலம் (Battery) மூலம் செய்தி அனுப்பப்பட்டது. பின்னர் கூக் லீடர்ஸ்டோன் என்னும் தந்தி முறை உருவாக்கப்பட்டது. இதில் காந்த ஊசிகள் பயன்படுத்தப்பட்டன. இது வெற்றிகரமாக இயங்கிய சமயம் அமெரிக்காவைச் சேர்ந்த சாமுவெல் பின்லே, பிரீஸ்டோர்ஸ் ஆகிய இருவரும் சேர்ந்து தந்தி முறை ஒன்றினைக் கண்டுபிடித்தனர். மின்கலம், மின்சாரக் காந்தம், சங்கேத தந்தி

மொழி, ஆகியவற்றினை ஒன்றிணைத்து செய்தி அனுப்பி வெற்றிகண்டார். அதாவது அனுப்ப வேண்டிய செய்தியை மோட்ஸ்கீ என்னும் சங்கேத முறை சாதனத்தினூடாக அனுப்பினார். புள்ளிக் கோடுகள், நேர்கோடுகள் என்பவற்றைக் கொண்டு குறிகளை அமைத்து அதன்மூலம் தந்தியில் முதல் வாசகத்தை அனுப்பினார். 'கடவுள் என்ன செய்தார்' என்பதே முதலில் தந்தியில் இடம்பெற்ற வாசகமாகும்.

மோர்ஸ் முறையில் பல திருத்தங்கள் மேற்கொள்ளப்பட்டதன் பின்னர் 1867 இல் தானியங்கு முறைத் தந்தி கண்டபிடிக்கப்பட்டது. 1874 இல் பெனட் என்பவர் ஒரே மின் சுற்றில் பல செய்திகளை அனுப்பும் முறையினையும் எழுத்து மூலமான தந்தி அச்சடிக்கும் முறையினையும் கண்டுபிடித்தார்.

அனைத்துத் துறைகளிலும் விஞ்ஞானத்தின் தாக்கம் பல மாற்றங்களை ஏற்படுத்தியது போல தந்தி முறையிலும் மாற்றங்கள் ஏற்பட்டது. இதுவே முதலில் உலகத்தினர் ஒருவரோடு ஒருவர் மிகவும் நெருங்கி வரக் காரணமாயிற்று. அதாவது உலகநாடுகள் அனைத்தும் தந்திக் கம்பிகளால் ஒன்றிணைந்தன என்று கூறின் அது மிகையாகாது.

#### iv. தொலைபேசி

தகவல் தொடர்பு சாதனங்களில் அடுத்து முக்கியத்துவம் வாய்ந்த சாதனம் தொலைபேசி ஆகும். ஒரு முனையிலிருந்து ஒருவர் இன்னொருவருடன் நேரடியாக தொடர்பு கொள்வதால் இது மக்களிடம் பெரும் செல்வாக்கு பெற்று விளங்குகின்றது. ஒலியினை மின்னோட்டம் மூலமாகக் கொண்டு சென்று ஒரு முனையிலிருந்து மறு முனைக்கு செய்தியை பரிமாற்றுகின்றது. மனிதரின் பேச்சை அனுப்புவதற்கான கருவியை ஜெர்மன் நாட்டைச் சேர்ந்த பீலிம்பீரீஸ் என்பவர் கண்டு பிடித்தார்.

அமெரிக்காவைச் சேர்ந்த அலெக்சாண்டர் கிரஹம்பெல் என்பவர் பீலிம்பீரீஸ் என்பவரின் கருவியினைத் துணைக் கொண்டு பேசும் போது எழும் ஒலி அலைகளை மின்சார சக்தியால் அசையச் செய்து தொலைவிலுள்ள ஓர் இடத்திற்கு தெளிவாக அனுப்பும்

கருவியை 1875 இல் கண்டுபிடித்தார். இவருக்கு உதவியாக தாமஸ் வாட்ஸன் என்பவர் இருந்தார். இதன்படி இக்கருவியில் “**வாட்ஸன் அவர்களே இங்கே வாருங்கள் என்னிடம் வாருங்கள்**” என்ற செய்தி தொலைபேசியில் முதல் முதலாக பேசப்பட்டது. இக்கருவி பிலடெல்பியாவில் நடைபெற்ற கண்காட்சியில் வைக்கப்பட்டு மக்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

ஜேர்மனில் அஞ்சல் அலுவலகத்திற்கும் தந்தி அலுவலகத்திற்கும் இடையே தொலைபேசி செய்தி அனுப்ப அவ்வஞ்சல் அலுவலகத்தின் அதிகாரி ஏற்பாடு செய்தார். இதில் ஏற்பட்ட பயன்கள் காரணமாக மேலும் பல கருவிகள் கண்டுபிடிக்கப்பட்டன. தொலைபேசி கருவிகளும் அதிகளவில் உற்பத்தி செய்யப்பட்டது.

பல இடங்களுக்கு இணைப்புக் கொடுக்கும் **சுவிட்ச் போர்ட் 1878** ஆம் ஆண்டு அமெரிக்காவில் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. இதனைத் தொடர்ந்து இலண்டன், மான்செஸ்டர், லிவர்பூல் ஆகிய இடங்களிலும் தொடங்கப்பட்டது. **1892** ஆம் ஆண்டு **தானியங்கும் இணைப்பகம் ஆல்மன்ஸ்ரெளகர்** என்பவரால் கண்டுபிடிக்கப்பட்டதைத் தொடர்ந்து பல்வேறு புதிய மாற்றங்கள் ஏற்பட்டு வளர்ச்சி கண்டது. தொடர்ந்து வந்த ஆண்டுகளில் மின்னியல் முறை கண்டுபிடிக்கப்பட்டது.

இன்று இதன் வளர்ச்சியில் பாரிய மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. கையடக்கத் தொலைபேசிகளின் வருகை ஏற்படுத்தியுள்ள மாற்றம் சொல்லில் வடிக்க முடியாதவகையில் வளர்ச்சி கண்டுள்ளது. ஒருவரை நேரில் பார்த்துக் கொண்டே கதைக்கும் வசதிகள் (திரையில் பார்த்துக்கொண்டு கதைக்கும் வசதிகள்) மட்டுமல்லாது அனைத்து தொடர்பு சாதனங்களும் தொலைபேசியிலேயே அடங்கியுள்ளது. இதனால் இன்று தொலைபேசியில்லாத வாழ்வு இருண்ட வாழ்வு என்று கூறுமளவிற்கு மக்கள் வாழ்வில் இடம் பிடித்துள்ளது. வியாபார முயற்சிகள் மிக வெற்றிகரமாக செயற்படுவதற்கும் தொலைபேசி மிக இன்றியமையாத இடத்தைப் பெறுகின்றது. ஒருவர் எந்த உறவுகளும் இல்லாமல் கூட வாழ்ந்து விடலாம் ஆனால் தொலைபேசி இல்லாமல் வாழமுடியாது என்ற நிலைமையை உருவாக்கியுள்ளது.

அத்தியாயம் - 4

## தகவல் தொடர்பு சக்கரம் தகவல் தொடர்பு மாதிரிகள்

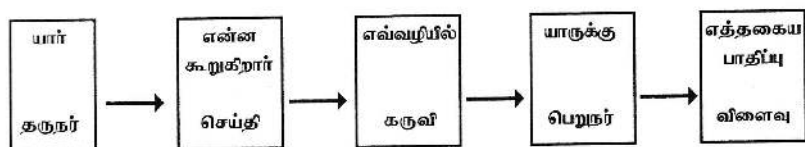
மனிதன் தோன்றிய காலத்திலேயே தகவல் தொடர்பும் தோன்றிவிட்டது. ஆரம்பகாலங்களில் தன் தேவைகளை நிறைவேற்றிக் கொள்வதற்காக மனிதன் தகவல் தொடர்பை மேற்கொண்டான். ஆனால் இன்று தமது வாழ்வின் ஒவ்வொரு நிலையிலும் அவன் தொடர்பினை மேற் கொள்கின்றான். மக்கள் வாழ்க்கையின் ஓர் உறுப்பாகவே தகவல் தொடர்பு மாறிவிட்டது. தகவலை தெரிவிக்க வேண்டும் என்ற ஆர்வம் - நெடுந் தொலைவிற்கும் பெருவாரியான மக்களுக்கு தெரிவிக்க வேண்டும் என்ற ஆர்வமும் தகவல் தொடர்பில் புரட்சிகரமான மாற்றத்தை ஏற்படுத்தியது. இதனால் இது ஒரு புதிய துறையாகவும் வளர்ச்சியடைந்தது. பாடசாலை மட்டத்திலிருந்து பல்கலைக்கழக மட்டம் வரையிலும் பாடத்திட்டத்தில் இடம் பெற்றுள்ளதோடு, பல்கலைக்கழகங்களில் தனித்துறையாக வளர்ந்துள்ளது. மக்கள் தகவலியல், இதழியல், வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு, மேலாண்மை தகவல்தொடர்பு போன்ற துறைகளைக் குறிப்பிடலாம். இத்தகைய வளர்ச்சியின் காரணமாக அதனை புதிதாக கற்போரும் ஏனையோரும் விளங்கிக் கொள்ளும் வகையில் தொடர்பாடல் அறிஞர்கள் தொடர்பாடல் சக்கரத்தையும் மாதிரி களையும் அமைத்தனர்.

தொடர்பாடல் செயன் முறை தொடர்ச்சியாக ஒழுங்காக நடைபெறுவதற்கு செய்தியினை அனுப்பும் தருனரும், செய்தியும், அது செல்வதற்கு ஒரு ஊடகமும், செய்தியினை பெறுவதற்கு பெறுனரும், அவர் செய்தியினைப் பெற்று அதுகுறித்து தம் கருத்தினை தெரிவிக்கும் எதிருட்டலும் இருக்க வேண்டும். இதுவே தொடர்பாடல் சக்கரமாகும் அப்போது தான் அது தொடர்ச்சியாக, ஒரு சக்கரமாக சுழலும்.

1. யார் - தருனர்
2. எதைக் கூறுகிறார் - செய்தி
3. எந்த வழியில் - சாதனம்
4. யாருக்கு - பெறுனர்
5. என்ன விளைவுடன் - எதிருட்டல்

தகவல் தொடர்பின் மாதிரியானது தருனர் பெறுனர் ஆகியோரின் சமூக, உளவியல் ரீதிகளுக்கேற்ப மாறுபட்டு அமையும். இதனை தொடர்பாடல் அறிஞர்கள் கால வளர்ச்சிக்கேற்ப பல மாதிரிகளாக அமைத்துள்ளனர். இதில் **லாஸ்வெல்** அவர்களின் மாதிரி முதன்மையானதாகும். செய்தி விரைவாக சென்றடைவதற்கும், தகவல் தொடர்பினை எளிதாக விளங்கிக்கொள்வதற்கும் உதவியாக இருப்பது தகவல் தொடர்பு மாதிரியாகும். இம்மாதிரியில் பின்வரும் கூறுகள் அமைந்து காணப்படுகின்றன.

### இலாஸ்வெல் மாதிரி (1948)



இவரது இம்மாதிரியினை முதல் தகவல் தொடர்பு மாதிரியாகக் கொள்ளலாம். நேர்கோட்டுத்தன்மை வாய்ந்ததாகவும் செய்தியை செலுத்துதல் என்பதை பிரதானமாகக் கொண்டும் அமைந்துள்ள இம்மாதிரியானது **Five (5)W** க்களைக் கொண்டு விளங்குகிறது.

1. Who
2. What(says)
3. Which channel
4. Whom
5. What Effect

இலாஸ்வெல்லைத் தொடர்ந்து ஷேனன், லிவர் ஜெர்ப்னர், நியோகோமின் யாகப்சன், வெஸ்லி மெக்லீயன் ஆகியோர் தொடர்பாடலுக்கு மாதிரிகளை அமைத்துள்ளனர். நியூகோமின், A,B,X என்னும் மாதிரியை அமைத்துள்ளார்.

A செய்தியை அனுப்புவர் B செய்தியை பெறுபவர் எனவும் X ஆனது A,Bயும் தொடர்பு கொள்ளும் ஒரு பொது சூழல் என்றும் குறிப்பிடுகின்றார். இவரது மாதிரி A,B,X மாதிரி எனவும் அழைக்கப்படும்.



## I. செய்தி (News)

பல்வேறு தகவல்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் குறிப்பிட்ட சாதனத்தினூடாக பல்வேறுபட்ட மக்களை சென்றடைவது செய்தி எனப்படும். இச்செய்தியானது உண்மைத் தன்மை. விரைவு. சுருக்கம். முழுமை. இலகுவான மொழிநடை போன்ற பண்புகளைக் கொண்டதாக இருக்க வேண்டும். இது தகவல் தொடர்பின் உள்ளடக்கமாக அமைகிறது. இதில் செய்திகள். கருத்துக்கள். பொழுது போக்கும் வகையிலான செய்திகள், தொலைக்காட்சி செய்திகள் என்பன உள்ளடங்கும். ஆனால் இவற்றை எந்தத் தொடர்பு சாதனத்தில் வழங்கப்போகின்றோம் என்பதைப் பொருத்து செய்தியைத் தரும் முறை மாறும். ஏனெனில் பத்திரிகைக்கென்று செய்தி வேறுவிதமாகவும் தொலைக்காட்சி செய்திகள் காட்சியுடன் பொருந்துமாறும் வானொலிச் செய்திகள் ஒலியுடன் தொடர்புடையதாகவும் அமைய வேண்டும்.

அச்சுச் சாதனங்களோடு தொடர்பு கொள்ள ஒருவருக்கு எழுத்தறிவு தேவை. ஓரளவேனும் கல்வி அறிவுடையோரால் தான் பத்திரிகைகள், இதழ்கள் என்பவற்றை வாசிக்க முடியும். மின்னணு சாதனங்களாகிய வானொலி. தொலைக்காட்சி, திரைப்படம் என்பவற்றை அணுக அவற்றின் செய்தியைப் பெற எழுத்தறிவு தேவையில்லை. ஆகவே அதற்கேற்ற வகையில் தகவல்தொடர்பு சாதனங்கள் செய்தியை வழங்க வேண்டும். நன்கு பயிற்சி பெற்ற ஒருவர் தகுந்த செய்திகளை தெரிந்ெடுத்து பரந்துபட்ட வாசகரின் தேவைக்கேற்ப வழங்க வேண்டும். அது மட்டுமல்லாது சாதனத்தின் தன்மைக்கேற்பவும் செய்தி அமைய வேண்டும்.

## ii. தருனர் (Sender)

செய்தித் தருனர் என்று குறிப்பிடும் போது செய்தியை நேயர்கள்- வாசகர்கள் தேவைக்கேற்ப வழங்குபவராவார். இவர் அஞ்சிறைத் தும்பியைப் போன்று இருக்க வேண்டும். அதாவது தேன் அதிகாலையில் எழுந்து மிகவும் சுறுசுறுப்பாக பல இடத்தில் உள்ள பல்வேறு புத்தம் புது மலரில் சுவையான தேனைத் தருவதைப் போன்று சுறுசுறுப்பானவராகவும், புத்தம் புதிய செய்தியை வழங்கு



பவராகவும் சுவையான செய்தியாகவும், பல பகுதிகளிலும் இருந்து பல்வேறுபட்ட செய்தியைத் தருபவராகவும் இருக்க வேண்டும். அது மட்டுமன்றி எத்தகைய செய்திக் களத்திற்கும் துணிந்து சென்று செய்தியை சேகரித்து வழங்கும் மன உறுதி அவசியம். வழங்கும் கருத்துக்கள் பக்கச்சார்பின்றி நடுவுநிலையாகவும் அமைதல் அவசியம். இதே சமயம் அவர் பொருமையுடனும் செய்திகளை சேகரித்து முழுமையாக வழங்குவதில் கவனம் செலுத்த வேண்டும். ஆகையால் தொடர்பாடல் அறிவு மட்டுமன்றி மும்மொழிகளில் சிறந்த பரீட்சயமும் கொண்டிருத்தல் அவருக்குரிய சிறப்பம்சமாகும்.

ஒருவரை நேருக்கு நேர் பார்த்து கருத்துத் தெரிவிக்கும் போது அவரின் முகபாவத்திற்கேற்ப தருனர் கருத்துக்களை மாற்றி வழங்கலாம். ஆனால் மக்கள் தொடர்பில் இதற்கு வாய்ப்பில்லை இங்கு பலதரப்பட்ட மக்கள் செய்தியைப் பெறுவதால் அதற்கேற்ற வகையில் வழங்குவது அவரது கடமையாகும். மக்கள் ரசனை, நம்பிக்கை, அனுபவம், அறிவு என்பவற்றின் அடிப்படையிலேயே செய்தியை அணுகுவர். இவர்களுக்கேற்ற வகையிலும் அனைவரும் ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடிய வகையிலும் செய்தியை வழங்கி வெற்றி பெற வேண்டும்.

எனவே செய்தி தருனர் எதைத் தருகிறார்? எப்படித் தருகிறார்? என்பதில் மிகுந்த கவனம் செலுத்த வேண்டும். செய்தி அனுப்பும் முறை சிறப்பாக அமையாவிட்டால் செய்தியை பெறுபவர் செய்தியை முழுமையாக விளங்கிக் கொள்வது கடினம். எனவே செய்தியை சிறப்பாக அமைத்து தகவல் தொடர்பு சாதனங்களின் உள்ளடக்கத்தை அனைத்து மக்களும் விரும்பும் வகையிலும் பேசும் வகையிலும் அமைப்பது தருனரின் பெருங் கடமையாகும். இதன் மூலமே தகவல் தொடர்பு வெற்றி பெறும்.

### iii. பெறுநர் (Receiver)

தருனரால் அனுப்பப்படும் செய்திகளை முழுமையாக உள்ளவாங்குபவர் பெறுநர் எனக் குறிப்பிடப்படுகின்றார். தொடர்பாடல் சக்கரத்தில் தருனரும் பெறுநரும் வேறு வேறாக குறிப்பிடப்பட்ட போதிலும் அவ்விருவரையும் செய்தியானது ஒரே நேரத்தில்

உள்ளடக்குகிறது. செய்தியை பெறுபவர் இல்லாவிட்டால் தருளால் செய்தியை அனுப்ப முடியாது. அது போலவே செய்தி தரப்படா விட்டால் பெறமுடியாது. இதனையே தகவல் தொடர்பு என்பது இரட்டைச் செயற்பாடு என்பர். எனினும் பெறுநரின் பங்களிப்பு மிக முக்கியமானதாகும். செய்தியைப் பெற்று அது சம்பந்தமான கருத்துக்களை வழங்கக் கூடிய ஆற்றல் அவருக்குரியது. செய்தியானது பாதிப்பினை அவரிடத்தில் ஏற்படுத்துவதால் அவர் எதிருட்டலை வழங்குவதன் மூலம் தொடர்பாடல் சக்கரம் சிறப்பாக சுழல்வதற்கு வழிசமைக்கின்றார்.

சக்கர சுழற்சியில் முக்கியத்துவம் பெறும் பெறுநரானவர் தன்னிடம் பல பண்புகளை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். செய்தியை முழுமையாக உள்வாங்குவதற்கு தன்னை உடல் உள ரீதியாக தயார்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். செய்தியில் ஆர்வம். கிரகிக்கும் ஆற்றல் என்பவற்றை சிறப்பாக வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். தான் உள்வாங்கிய செய்திபற்றிய கருத்தினை ஒளிவு மறைவின்றி வெளிப்படையாக எடுத்துக் கூறும் துணிவு அவசியம். எந்த ஒரு ஜனநாயக நாட்டிலும் கருத்துச் சுதந்திரம் என்பது ஒவ்வொரு குடிமகனுக்கும் உரியதாகும். ஆகவே அதனை வெளிப்படுத்தக் கூடிய சந்தர்ப்பங்களில் தன்னுடைய விருப்பு வெறுப்புக்களுக்கு இடம் கொடாது துணிவுடன் எடுத்துக் கூறுவதிலேயே பெறுநரின் பங்களிப்பு தங்கியிருக்கிறது.

#### iv. செய்தி செல்லும் ஊடகம் (Channel)

தருனர் பெறுனரை நோக்கி செய்தியை அனுப்புவதற்கு தெரிவு செய்துள்ள கருவியானது செய்தி செல்லும் ஊடகம் (Channel) எனப்படும். தகவல்தொடர்பு சாதனங்களே கருவியாக தொழிற்படுகின்றன. இவை சாதனங்களின் தன்மைக் கேற்ப அச்சச் சாதனங்கள், மரபுவழிச் சாதனங்கள், மின்னணு சாதனங்கள் (ஒலி, ஒளி உருவம்) என அமையும். குறித்த அடையாளங்கள். சின்னங்கள், கலாசாரவழி பழக்கவழக்கங்கள் என்பன மரபு வழியில் இடம்பெறும். பத்திரிகைகள், புத்தகங்கள், படங்கள், சஞ்சிகைகள், நிறுற்படங்கள் என்பன அச்சச் சாதனங்களில் அடங்கும். தொலைக்காட்சி, வானொலி, கணனி ஆகியவை மின்னணு சாதனங்களாகும். இவற்றில் ஒன்றையோ

அல்லது சிலவற்றையோ சேர்த்து அனுப்பி கருத்துக்களை தெரிவிக்கலாம்.

செய்தி செல்லும் வழி மாறும் போது செய்தியின் பாதிப்பும் மாறிவிடுகின்றது. எனவே தான் மார்ஸல் மெக்லாகன் செய்தி செல்லும் வழியின் முக்கியத்துவத்தினை பின்வருமாறு விளக்குகின்றார்.

“எழுத்து முலமான கிதழ்வழிச் செய்தியானது பார்வையை மட்டும் ஈர்த்து செய்தியை புரியவைக்கும். ஆனால் ஏனைய ஒலி, ஒளி சாதனங்கள் கண் செவிப் புலன்களை ஈர்த்து செய்தியை புரியவைக்கின்றன. எனவே செய்தி செல்லும் வழி எதுவாக இருந்தாலும் அது அவ்வூடகத்தை தெரிவு செய்பவருக்கு பொருந்தும் வகையில் அமைய வேண்டும்.”

எனவே தகவல் தொடர்பு ஊடகமும் சிறப்பாக அமைந்தால் தான் தகவல் தொடர்பு ஆற்றல் மிக்கதாக அமையும்.

## V. எதிருட்டல் (Feedback)

செய்தி ஒன்றை முழுமையாக பெற்றுக் கொண்ட பெறுநர் ஒருவர் அச்செய்தி பற்றி வழங்கும் கருத்துக்கள் - விமர்சனங்கள் எதிருட்டல் எனப்படும். இதற்கு செய்தி குறித்த பதில்கள், குறித்த செய்தி குறித்த நேயர்களின் பிரதிபலிப்பு, நேயர் வெளியிடும் கருத்து என பல்வேறு விளக்கங்கள் கூறப்படுகின்றன. இது தொடர்பாடல் ஒரு சக்கரமாக சுழல்வதற்கு பெரிதும் காரணமாக அமைகின்றது. குறித்த செய்தி நேயர்களால் முழுமையாக புரிந்து கொள்ளப்பட்டு அதற்கு அவர் தன்னுடைய கருத்தை வெளியிடுவதற்கு முழுஉரிமை அளிப்பது எதிருட்டலே இதனால் தருனருக்கும் பெறுனருக்கும் இடையே சிறந்த புரிந்துணர்வு ஏற்படுகின்றது.

செய்தி - செய்தியாளர் பெறுனரின் எதிருட்டைக் கொண்டு செய்தியின் தரத்தினை மதிப்பிட முடியும். தகவல் தொடர்பினை தகவலை சிறப்பாக அமைத்துக் கொள்ள எதிருட்டல் உதவுகின்றது. அதுமட்டுமன்றி வாசகர் தேவைக்கேற்ப செய்திகளை வழங்கும் நிலையினை உருவாக்குகின்றது.

பொதுவாக மக்கள் தொடர்பு சாதனங்களில் உடனடியாக எதிருட்டல் கிடைப்பதில்லை. தனிமனிதத் தகவல் தொடர்பில் உடனடியாக எதிருட்டல் கிடைத்து விடுகின்றது. தொலைபேசித் தொடர்பு, கருத்தரங்கு, கூட்டம், உரையாடல், வகுப்பறை, நேர்காணல் என்பவற்றில் உடனடியாக எதிருட்டலை பெறமுடிகின்றது. ஆனால் இன்று வானொலி தொலைக்காட்சி போன்ற பொதுசனத் தொடர்பு சாதனங்களில் தொலைபேசியூடான தொடர்பு இணைக்கப்பட்டுள்ளதால் அத்தகைய நிகழ்ச்சிகளுக்கு உடனடியான எதிருட்டலை பெறமுடிகின்றது. அத்துடன் தகவல்தொடர்பு சாதனங்கள் கணிப்பொறி தொழில் நுட்பத்துடன் இணைக்கப்பட்டிருப்பதனால் உடனடி எதிருட்டல் சாத்தியமாகின்றது.

எதிருட்டலை வழங்குகின்ற ஆற்றல் பெறுநர் ஒருவருக்குரிய மிக முக்கிய கடமையாதலால் அவர் அதனை வழங்கும் போது தயக்கமின்றி குறை நிறைகளைத் துணிவுடன் எடுத்துக் கூற வேண்டும். ஆகவே அவர் செய்தி ஒன்றினை மிகக் கவனமாக கூர்ந்து கவனிப்பது மட்டுமல்லாது முழுமையாக உள்வாங்க வேண்டும். இதன் மூலம் மனம் திறந்த எதிருட்டலை நடுவுநிலைமையோடு வழங்க முடியும். ஆகவே எதிருட்டலை உடன்பாடான எதிருட்டல், எதிர்ப்பு எதிருட்டல் என இரு பிரிவுகளில் அடக்குவர். செய்தி - நிகழ்ச்சிக்கு உடன்பாடாக அமைந்தால் முதல் பிரிவிலும் எதிர்ப்பாக அமைந்தால் அடுத்த பிரிவிலும் அடக்குவர்.

தொடர்பு சாதனத்தின் தன்மையை பொருத்து எதிருட்டலின் வடிவம் அமையும். அதாவது சொற்கள், ஒலிகள், உடலசைவு, செயல், முகபாவம், சைகை என அமையும். இத்தகைய எதிருட்டல்கள் தொடர்பாடல் சக்கரத்தின் அனைத்துக் கூறுகளும் செவ்வனே செயற்பட உதவியாக இருக்கின்றது. ஆகவே ஒரு ஆற்றல் மிக்க தொடர்பாடலின் வெற்றி எதிருட்டலில் தங்கியிருக்கிறது என்று கூறின் அது மிகையாகாது.

## vi. தகவல் தொடர்பின் தடைகள்

தகவல் தொடர்பின் வெற்றி, தோல்வி என்பது செய்தியானது எந்த விதமான இடையூறுமின்றி வாசகரை - நேயரை முழுமையாக சென்றடைவதில் தங்கியுள்ளது. ஆனால் இவ்வாறு செய்தி முழுமையாக சென்றடைவதற்கு பல இடையூறுகள் ஏற்படுகின்றன. இத்தகைய இடையூறுகள் யாவும் தொடர்பாடலில் தடைகள் என்னும் பதத்தினால் குறிப்பிடப்படுகின்றது. இரைச்சல் என்பதும் தடை என்பதிலேயே குறிப்பிடப்படுகின்றது. இத்தடையினை தொடர்பாடல் சாதனத்தின் வழியாக ஏற்படும் தடை, செய்திவழித்தடை என பிரித்து நோக்குவர்.

அதனை மேலும் இலகுவாக புரிந்து கொள்வதற்காக நான்கு வகையாக பிரிப்பர்.

- I. செய்திவழி இரைச்சல் - தடைகள்
- ii. பொருட் குழப்ப இரைச்சல் - தடைகள்
- iii. சுற்றாடலில் ஏற்படும் தடை
- iv. பெறுனரின் உடல், உள ரீதியான தடைகள்.

## I. செய்திவழி இரைச்சல் - தடைகள்:-

பொதுவாக அச்சுச்சாதனமாக இருந்தால் அச்சு இயந்தரத்தின் கோளாறு காரணமாக செய்தியில் ஏற்படும் பாதிப்பு, அச்சுப்பிழைகள், ஒருசில பகுதிகள் அச்சடிக்கப்படாமல் விடுபட்டிருத்தல் அல்லது சில பகுதிகள் கருப்பாக மை பூசப்பட்டது போல் இருத்தல், பக்கங்கள் விடுபட்டிருத்தல் என்பவற்றைக் குறிப்பிடலாம். அதுமட்டுமல்லாது மின்சாரக் கோளாறு, இயந்திரக் கோளாறு, தெளிவில்லாத படம், சற்று நேர ஒலித்தடை என்பனவும் மின்னணு சாதனங்களில் ஏற்படும் செய்தி வழி இரைச்சலாகும்.

## ii. பொருட் குழப்ப இரைச்சல் - தடைகள்:-

செய்தியில் மொழிநடை இலகுவாக அனைவருக்கும் விளங்கக் கூடிய நடையில் இல்லாது கடினமான நடையில் இருந்தால் அதுவும் புரிந்து கொள்ள முடியாதிருக்கும். செய்தியை புரிந்து கொள்வதற்கு தடையாக இருக்கும் ஏதுவும் தொடர்பாடலில் தடை என்னும்

பதத்தினாலேயே குறிப்பிடப்படுகின்றது. எழுத்து மயக்கம், சொல் மயக்கம் என்பன பொருட் குழப்பத்தை ஏற்படுத்தி செய்தியை உள்வாங்குவதில் தடையாக இருப்பவை ஆகவே இவை பொருட் குழப்பத் தடைகளாகும். கருத்தை புரிந்து கொள்வதில் உள்ள தடையினை இது குறிக்கின்றது. கழகம் என்ற சொல்லில் இடம் பெற்றுள்ள ழகரத்திற்கு பதிலாக ளகரம் அல்லது லகரம் இடம் பெற்றால் அங்கு அதன் அர்த்தம் வேறாகி விடுகிறது. அது போல பாரதியார் என்பதை பாரதி யார்? என பிரித்து எழுதினால் பொருளில் மாறுபாடு ஏற்பட்டு விடுகின்றது. பழைய பாராளுமன்ற கட்டிடம் என்பதை எழுதும் போது அது முன்னாள் பாராளுமன்றம் என்ற பொருளில் அமைகின்றதா? பழைய கட்டிடம் என்னும் பொருளில் அமைகின்றதா? என்பதைத் தெளிவுபடுத்திக் கொள்ளவது சிறிது கடினமானதாகும். இவ்வாறு செய்தித் தருனர் ஒரு பொருளை கருத்திற் கொண்டு எழுதும் பொழுது பெறுனர் அதை வேறு பொருளில் புரிந்து கொள்ளும் நிலை ஏற்படும். எனவே இவ்வாறான எழுத்து சொற் பிரயோகங்களை மிகுந்த கவனத்துடன் கையாள வேண்டும்.

### iii. சுற்றாடலில் ஏற்படும் தடை:-

வானொலி நிகழ்ச்சிகள் - செய்திகளை செவிமடுத்துக் கொண்டிருக்கும் போது அல்லது தொலைக்காட்சியை பார்த்துக் கொண்டிருக்கும் போது அச்செய்தியை உள்வாங்குவதற்கு தான் வாழும் சூழலில் பல தடைகள் காணப்படும் இவை சுற்றாடலில் ஏற்படும் தடைகள் எனக் குறிப்பிடப்படுகின்றது. வீட்டிலுள்ள தொலைபேசி மணி ஓயாது அடித்துக் கொண்டிருத்தல், அருகில் குழந்தைகள் சத்தமிட்டு விளையாடிக் கொண்டிருத்தல், வீட்டிலுள்ளோர் கதைத்துக் கொண்டிருத்தல் என்பன சுற்றாடலில் காணப்படும் தடைகளாகும்.

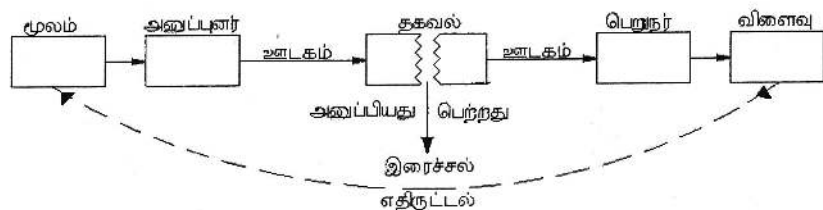
### iv. பெறுனரின் உடல், உள ரீதியான தடைகள்:-

செய்தியை உள்வாங்கும் ஒருவர் சுகவீனமுற்ற நிலை யிலிருப்பினும் அது செய்தியை பெறுவதில் தடையை ஏற்படுத்தும். காய்ச்சல், தலையிடி போன்ற உடல் உபாதைகள் மட்டுமன்றி

மனநலமின்மை, குழப்பநிலை - உள்ள ரீதியான பாதிப்புக்கள் என்பனவும் தடையாக அமைகின்றது. செய்தியை பெறுவதில் ஆர்வமின்மை, சோம்பேறித்தனம், ஏனோ தானோ என்ற மனப்போக்கு என்பனவும் இதில் அடங்குகின்றது.

இவை தவிர மொழிப்பிரச்சினை, கல்வி அறிவில் குறைபாடு, சமூக பொருளாதாரத் தகுதி, கலாசாரம், வாழ்விடம், வயது, அனுபவம் என்பவற்றின் காரணமாகவும் இரைச்சல் காணப்படும். பலதரப்பட்ட நேயர் குழுவில் ஒவ்வொருவரும் வெவ்வேறு மதிப்புக்கள், ஆர்வங்கள், தேவைகள், எதிர்பார்ப்புக்கள், அனுபவங்கள், மொழித் திறன்கள் உடையவர்கள். அவர்கள் அனைவருக்கும் தடையற்ற முறையில் செய்திகளை வழங்குவது மிகவும் கடினமானது எனினும் தடையற்ற நிலையில் செய்தியை வழங்கி தொடர்பு சாதனங்களை நோக்கி மக்களை திருப்புவதற்கு இச் சாதனங்கள் முயற்சிக்கின்றன. ஆகவே தொடர்பு சாதனங்கள் நிகழ்ச்சிகள், செய்திகள் என்பவற்றில் பொதுத் தன்மை. எளிமை என்பவற்றைக் கடைப்பிடித்து கூடியவரை தடைகளை நிவர்த்தி செய்வதில் கவனம் செலுத்துகின்றன. அவ்வாறு செயற்படும் போது தான் தொடர்பு சாதனங்கள் தாம் எண்ணிய இலக்கினை அடைய முடியும்.

### தொடர்பாடலில் தடைகள் என்பதை விளக்கும் படம்



இலங்கை நூலகம்  
மாநகரம்

அத்தியாயம் - 5

## தொடர்பு சாதனங்களின் சமுதாய பங்களிப்பு

மக்கள் தொடர்பு என்பது மனிதர்களுடன் கொள்ளும் தொடர்பாக அமைவதனால் அச்சாதனங்கள் மக்களிடையே தெளிவான சரியான நல்லெண்ணத்ததை உருவாக்குகின்றன. சமுதாயத் தொடர்புடன் நோக்கும் போது அவை தேசிய நிறுவனங்களாகச் செயற்படுகின்றன. அன்றாடம் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய செய்திகள். அவை மக்களிடையே ஏற்படுத்தும் தாக்கம். அச்செய்தி பற்றிய மக்களின் கருத்து, மக்களுக்கான பொழுதுபோக்கு என்பவற்றை பெரும்பாலானோருக்கு கிடைக்கும் வண்ணம் முறையாகவும் நேர்மையாகவும் செய்வதில் தொடர்பு சாதனங்கள் பெறும் பங்கு வகிக்கின்றன. இதனால் சமுதாயத்தில் அறிவுப் பெருக்கம். அரசியல் விழிப்புணர்ச்சி, தொழிற்சாலை முன்னேற்றம் என்பன எதிர்பாராத வகையில் ஏற்பட்டன. வேறு எந்தத் துறையும் இத்தகைய தாக்கத்தை உண்டு பண்ணாத அளவிற்கு தொடர்பு சாதனங்கள் மக்களுக்கு கல்வி புகட்டும் உறுதிவாய்ந்த கல்வி நிறுவனங்களாகவே செயற்பட்டன. விழிப்புறுகின்ற சமுதாயமே மேன்மையுறும் ஆகவே உறங்கிக்கிடக்கும் சமுதாயத்தை தட்டி எழுப்பும் பணியினை முழுமையாக புரிந்தவை தொடர்பு சாதனங்களே எனின் மறுப்பதற்கில்லை

தொடர்பு சாதனங்களின் சமுதாய பங்களிப்பு என்று குறிப்பிடும் போது அதனை அதன் முக்கிய பணிகளோடு சேர்த்து நோக்க வேண்டும். அதாவது அறிவித்தல், அறிவுறுத்தல், மகிழ்ச்சியூட்டுதல், வியாபாரம் செய்தல் ஆகிய பணிகளோடு தன் சமுதாயப் பங்களிப்பையும் செய்கின்றது.

### I. அறிவித்தல்:-

தொடர்பு சாதனங்களின் முக்கிய பணி குறிப்பிட்ட நேரத்தில் பெருந்தொகையான மக்களுக்கு செய்தியை பரப்புவதாகும். நாளாந்தம் நடைபெறுகின்ற முக்கிய நடப்பு நிகழ்வுகளை உடனுக்குடன் மக்களுக்கு எந்தவிதமான விருப்பு வெறுப்புமின்றி செய்தியாக



வெளியிட வேண்டும். பத்திரிகை ஆசிரியர்கள் அறிவித்தலாகிய பணியை பின்வருமாறு குறிப்பிடுகின்றனர்.

“பத்திரிகை நடப்பு நிகழ்ச்சிகளையும், கருத்துக்களின் போக்குகளையும் மக்களுக்குத் தெரிவிக்கவும் விரிந்து செல்லும் பரப்பில் ஆர்வத்தை ஏற்படுத்தவும் கட்டிக்காக்கவும் பல்வேறு வகையான கருத்துக்களை வெளிக்காட்டும் வகையில் நடைமுறை சிக்கல்களை பற்றிய விவாதத்தை தூண்டவும் முயல வேண்டும். இவற்றிற்கெல்லாம் செய்திகளையும் கண்ணோட்டங்களையும் துல்லியமாக நடுவுநிலையில் மதிப்பீடு செய்வது தேவையாகும்”.

இதிலிருந்து அறிவித்தலாகிய பணியின் முக்கியத்துவம் தெளிவாகின்றது.

#### ii. அறிவுறுத்தல்:-

இவற்றின் தலையாய பணி செய்தியை மக்களிடம் பரப்புவதாகும். சமுதாயம், சமயம், அரசியல், பொருளாதாரம், கலை, பண்பாடு ஆகியவை தொடர்பாக எல்லாச் செய்திகளையும் உடனுக்குடன் உண்மையாக அறிவித்தல் வழியாக அதாவது அச்செய்திகளினூடாக மக்களை சிந்திக்கச் செய்ய வேண்டும். சாதி, மதக் கலவரங்களைப் பற்றிய செய்தியை வெளியிடும் போது அக்கலவரங்களின் தோற்றத்திற்கான காரணங்களையும் வெளியிட்டு அவை எத்தகைய தீயச் செயல்கள் என்பதை மக்களுக்குத் தெளிவுபடுத்த வேண்டும். இத்தகைய கலவரங்கள் இனி ஏற்படாதிருக்க நமது பங்களிப்பு என்ன என்பதை ஒவ்வொரு தனிமனிதனும் உணர வேண்டும். அப்போது தான் அறிவுறுத்தலாகிய பணியில் நின்று மக்களுக்கு தெளிவினை தொடர்பு சாதனங்கள் ஏற்படுத்துகின்றன எனலாம்.

#### iii மகிழ்ச்சியூட்டுதல்:-

நேயர்கள் செய்திகளை வாசிக்கும்போது அல்லது தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை பார்க்கும் போது வானொலியில் பாடல்களைக் கேட்கும் பொழுது, கருத்துப்படங்கள் சினிமாப் படங்களைப் பார்க்கும் போது மகிழ்ச்சி அடைகின்றனர். இதுவும் மக்களுக்கு பலவழிகளில் துணைபுரிகின்றது. உதாரணமாக ஒருவர் துயரத்திலிருக்கும் போது அவரின் கவனத்தைத் திருப்பி பழைய நிலைக்கு அவரை கொண்டு வந்து விடுகின்றன. மகிழ்ச்சியூட்டுவது

மட்டுமல்லாமல் விழிப்புணர்வையும் ஊட்டுகின்றன. இங்கு நாம் இந்திய ஜனாதிபதியாக இருந்த மாண்புமிகு அ. ப. ஜ. அப்துல் கலாம் அவர்கள் கூறிய கருத்துக்களை உதாரணமாகக் கொள்ளலாம்.

“பத்திரிகையில் வெளிவரும் கார்ட்டூன்கள் வெறும் கேலிச் சித்திரங்கள் அல்ல அதையும் தாண்டி தோல்விகளின் வலியை மறக்கச் செய்யும். தோல்வியில் துவண்டு வீழும் நேரங்களில் ஒரு உற்சாக மருந்தாக இவை அமையும். உதாரணம் 1979 ஆம் ஆண்டு கிரவு பகலாக நாங்கள் அரும்பாடுபட்டு உருவாக்கிய பி.எஸ். எல். வி. ராக்கெட் தோல்வியடைந்துவிட்டது. சுமார் ஒருமாத காலம் கிந்த தோல்வியிலிருந்து விடுபட முடியாமல் தவித்தோம். அப்போது கிந்திய விண்வெளித் துறைப்பற்றி கிதுவரை வெளிவந்திருந்த கார்ட்டூன்களை எங்களிடம் காட்டினார்கள் அவற்றைப் பார்த்துவிட்ட வாய்விட்டு சிரித்தோம். மன கிறுக்கம் குறைந்தது. தோல்விக்கு மருந்தாகவும் அமைந்தது. அதே நேரம் ஒரு வைராக்கியம் பிறந்தது. அதுவே அடுத்த வெற்றியைச் சாதிக்கத் தூண்டுகோலானது. நல்ல கார்ட்டூனுக்கு இலக்கணம் அதுதான். சரியாக ஒருமாதம் போராடி மீண்டும் அந்த ராக்கெட்டை செலுத்துவதில் வெற்றி கண்டோம். அன்றிலிருந்து நான் பத்திரிகைகளை பிரித்தால் முதலில் தேடுவது கார்ட்டூன்களைத்தான். அதனால் எனது பத்திரிகை நண்பர்களுக்கும் மற்றும் ஆசிரியர்களுக்கும் நான் முதலில் சொல்வது கார்ட்டூன்களுக்கு நல்ல முக்கியத்துவம் கொடுங்கள். முதல் பக்கத்தில் போடுங்கள் என்பதுதான். அதற்குக் காரணம் நல்ல கார்ட்டூன்களுக்கு சமுதாய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் மாபெரும் சக்தி உண்டு”.

தொடர்புசாதனங்கள் மூலமாக செய்திகளை பெற்றுக் கொள்ளத் தொடங்கிய பின்னர் மனிதன் தன்வீடு, தன்நாடு என்ற குறுகிய மனப்பான்மையிலிருந்து விடுபட்டு, உலகக் கண்ணோட்டம் ஒங்கி, பரந்த மனப்பான்மையுடன் வாழத் தலைப்பட்டான் மனிதநேயம் அவனிடம் குடிகொண்டதனால் தன்னல உணர்விற்கு தன்னை அடிமையாக்காமல் உலகம் தழுவிய பொதுநல உணர்விற்கு தன்னை அர்ப்பணிக்கும் நிலைக்கு ஆளாகினான். தொடர்பு சாதனங்கள்

தரும் ஒரு சில பக்கச் செய்திகள் - ஒரு சில மணி நேரச் செய்திகள், இனம், மதம், மொழி, குலம் போன்ற குறுகிய எண்ணங்களை உடைத்தெறிந்து உலக மக்கள் ஒரே கூரையின் கீழ் ஒரு குடும்பமாக வாழ்வதற்கு வழி சமைத்தன.

மனிதனிடம் விழிப்புணர்ச்சியூட்டக் கூடிய செய்திகள் வெளியிடப் படுவதால் அது அவனிடம் தாக்கத்தை உண்டு பண்ணியது. இது சமுதாயக் கட்டுக்கோப்புகளிலிருந்து விடுபட்டு முற்போக்கு சிந்தனை வளர்ச்சியினை ஏற்படுத்தியது. மூட நம்பிக்கைகள், சாதிக் கொடுமை, விதவை மணம், சீதனப்பிரச்சினை என்பன சமுதாயத்திலிருந்து விடுபடலாயிற்று. சமயம், கலாசாரம் என்ற பெயரில் ஏற்படுத்தப்படும் பல மூட நம்பிக்கைகளிலிருந்து மக்கள் விடுதலை பெற்றனர். அறிவு வளர்ச்சி, பொருளாதார வளர்ச்சி, தேசிய ஒருமைப்பாடு, கல்வி வளர்ச்சி என்பவற்றை ஏற்படுத்துவதில் தொடர்பு சாதனங்களே முன்னிலை வகிக்கின்றன.

மக்கள் வாழ்க்கையின் முக்கிய அங்கமாக விளங்கும் இச் சாதனங்கள் பின்வரும் நெறி முறைகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

- |                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| i. சமுதாய பொறுப்புடமை    | ii. சுதந்திரம்.   |
| iii. தனித்துவம்          | iv. பண்பாடு       |
| v. துல்லியம்             | vi. நடுவு நிலைமை. |
| vii. நன்முறை சித்தரிப்பு |                   |

அதாவது செய்திகளை வெளியிடும் போது பொது மக்கள் நலன் கெடாதவாறு, செய்தியின் விளைவை எண்ணி பொறுப்புணர்ச்சியுடன் செயற்படுதல் அவசியம். சாதி, மதக்கலவரங்களை ஏற்படுத்தும் வகையில் கருத்தமைத்து செய்திகளை வெளியிடக் கூடாது. ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் தன் எண்ணத்தில் எழும் சரியான கருத்துக்களை வெளியிடும் சுதந்திரம் உண்டு. ஆகவே தகவல் தொடர்பு கருவிகள் மக்கள் நலனை கருத்திற் கொண்டு சமநிலை யோடு அறிவு பூர்வமாக செயற்பட வேண்டும். சுயகட்டுப்பாட்டுடன் பொதுநலனுக்கு தடையாக உள்ளவற்றைத் தவிர்த்து, தன்னலத்துடன் எவரையும் பாதிக்கும் செய்திகளை வெளியிடாது தனித்தன்மை வாய்ந்த செய்திகளை வெளியிட்டு தனக்கென தனித்துவம் கொண்டு விளங்க வேண்டும்.

பண்பாட்டிற்கு அப்பாற்பட்ட வகையில் செய்திகளை வழங்காது பண்பாட்டினைப் பேணுவதில் முதன்மை பெற வேண்டும். கொலை, கொள்ளை, பாலியல் வன்முறைகளைப் பற்றி சொல்லும் போது மிக நுணுக்கமாக அவ்வுணர்வுகளை மக்களிடையே தூண்டி விடாதவாறு கூற வேண்டும். 'பண்பெனப்படுவது பாடநீந்தொழுதல்' என்னும் பண்பினை மக்களிடையே வளர்ப்பதில் இச்சாதனங்கள் பெரும் பங்கு வகிக்க வேண்டும். பத்திரிகைச் செய்தி பண்பாடற்ற முறையில் வந்து விட்டால் அது அப்பத்திரிகைக்கு பெரும் அவதூறியை ஏற்படுத்தி விடும் ஆகவே சமுதாயம் கடைபிடிக்கும் மரபுகள், பண்பாடுகள், நாகரிகம், முதலியவற்றை மீறாமல் கொச்சை சொற்கள். ஆபாசசொற்கள் முதலியவற்றை பயன்படுத்தி எழுதாமல் தரமாக எழுத வேண்டும்.

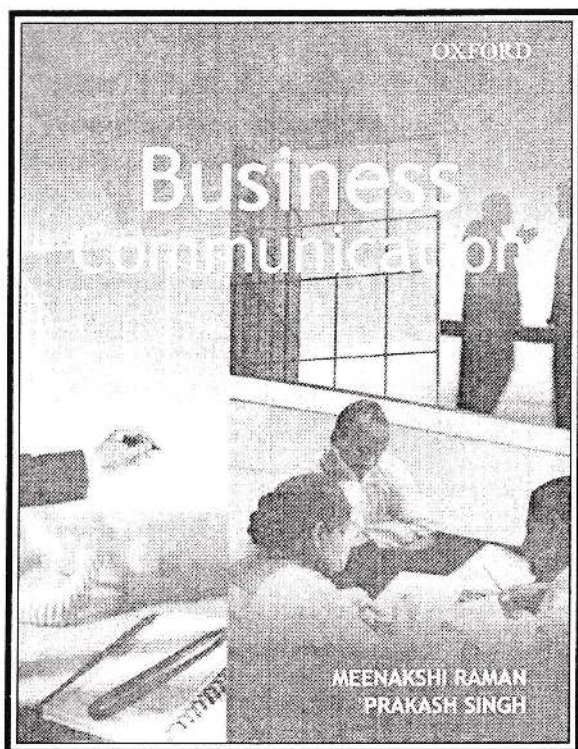
ஒவ்வொரு சமூகத்தினருக்கும் தனித்தன்மை வாய்ந்த கலாசாரம் உண்டு அதனை மதிப்பதில் பின்னிற்கக் கூடாது என்ற வகையில் கருத்துக்களை வலியுறுத்துவதில் தொடர்பு சாதனங்களே முன்னிற்கின்றன. அவை ஆழப்பதியும் வகையில் செய்திகள். நிகழ்ச்சிகள் என்பவற்றை இன, மொழி, மத பேதமின்றி வழங்கினால் ஒரு தலைமுறை அதன் நெறிமுறையிலிருந்து வழுவாதிருக்கலாம்.

**“சமன்செய்து சீர்தூக்கும் கோல்போல் அமைந்தொருபால் கோடாமை சான்றோர்க்கு அனை”**

என்னும் வள்ளுவர் வாக்கினைக் கருத்திற் கொண்டு துலாக் கோல் போல எப்பக்கமும் சாராது நடுவுநிலைமையில் நின்று செய்திகளைத் தருதல் வேண்டும். இதுவும் தொடர்பு சாதனங்கள் பின்பற்ற வேண்டிய சிறந்த நெறி முறையாகும். செய்தியின் கோணங்களை மாற்றி வாசகர்களை திசை திருப்பக் கூடாது. எங்கோ ஒரு நாட்டில் நடைபெறும் இன, மத, அரசியல். குழப்பங்களுக்கு வேறு காரணம் கற்பித்து அரசியல், சாதி, சமய சண்டைகளைத் தூண்டிவிடக் கூடாது. சமுதாயத்தின் அமைதியை கெடுக்கும் அத்தகைய செய்திகளை நீக்கிவிட வேண்டும். இவற்றை வெளியிட்டு தன் சுயகருத்துக்கள் என்பவற்றிற்கு இடம் கொடுக்காது விருப்பு வெறுப்பின்றி உள்ளதை உள்ளவாறு எழுத வேண்டும். “சரியாக எழுது கிப்பொழுதே எழுது” “ஐயம் இருப்பின் அகற்றவிடு” என்ற தர்மத்தை கடைப்பிடித்து துரிதமாகவும் துல்லியமாகவும் செய்திகளை வெளியிடும் போது தொடர்பு சாதனங்கள் ஜனநாயகத்தின் - சமுதாயத்தின் காவலனாய் விளங்கும் என்பதில் ஐயமில்லை.

## பகுதி - II

உட்கூறும் பகுதி



## வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு

அத்தியாயம் - 1

## வியாபாரத் தொடர்பாடல்

I. வியாபாரத் தொடர்பாடல் என்றால் என்ன?

வணிகத்தகவல் தொடர்பு என்பது பங்கு கொள்ள (Communico) என்ற இலத்தீன் சொல்லிலிருந்து உருவாக்கப்பட்டதாகும். அதாவது வணிக நிறுவனங்கள் அவற்றின் உற்பத்தியும் அதனோடு தொடர்புடைய நடவடிக்கைகள் பற்றியும் வாடிக்கையாளர் - நுகர்வோர், நிறுவன உறுப்பினர்கள், அவற்றோடு தொடர்புடைய வெளிநபர்கள் ஆகியோருக்கு தகவல் அனுப்புகின்ற செயன்முறை வியாபாரத் தொடர்பாடல் எனப்படும். இதற்கு தொடர்பாடல் அறிஞர்கள் பல்வேறு வரை விலக்கணம் கூறியுள்ளனர். அவை பின்வருமாறு:-

கூன்ட்ஸ் (Koontz) என்பவரின் இலக்கணம்

“அமைப்பின் ஒரு உறுப்பினர் விளக்கத்தையும் உடன்பாட்டையும் மற்றொரு நபரோடு பகிர்ந்து கொள்ளும் வழியே தகவல் தொடர்பாகும்”.

சி. ஜி. பிறவுன் (C. G Brown) என்பவரின் இலக்கணம்

“நம்பிக்கையை வெளிப்படுத்துகிறதோ கில்லையோ தகவல் ஒரு நபரிடமிருந்து மற்றொரு நபருக்கு மாற்றப்பட்டாலே அது தகவல் தொடர்பாகும் . அவ்வாறு மாற்றப்பட்ட தகவல் பெறப்பட்டவரால் புரிந்து கொள்ளும் வகையில் இருக்க வேண்டும்”.

கீப்த் மற்றும் குயிலிளி ஆகியோரின் இலக்கணம்

“தகவல்கள், வார்த்தைகள், சமீக்கைகள் அல்லது அடையாளங்கள் என்பவற்றை அதன் வள முலத்திலிருந்து தகவலைப் பெறுபவருக்கு மாற்றிக் கொடுத்தலைக் குறிக்கின்றது”.

அறிஞர்களால் முன்வைக்கப்பட்ட கருத்துக்களைத் தொகுத்து நோக்கும் போது தகவலை அனுப்புவது மட்டுமல்ல, அதனை முறையாகப் புரிந்து கொள்வதும் பின் அதற்கு தேவையான

நடவடிக்கைகளை வியாபார நிறுவனங்கள் மேற்கொள்வதுமாகிய பன்முகப்பட்ட செயற்பாடுகளை உள்ளடக்கிய நடவடிக்கைகளையே வியாபாரத் தகவல் தொடர்பு என்ற சொற்றொடர் குறித்து நிற்கின்றது என்பது தெளிவாகின்றது. அதாவது தொடர்பாடல் என்பது இரட்டைச் செயன்முறையாகும்.

## II. வியாபாரத் தகவல் தொடர்பாடலின் அவசியம்

தனிமனிதனுக்கும் தனிமனிதனுக்கும் இடையே நேர்முகமாக வியாபாரம் நடைபெற்றுக் கொண்டிருந்த போது மனிதத்தொடர்புகள் எளிமையாக இருந்தன. ஏனெனில் அப்போது சமுதாயம், வணிகம் என்பவை இயல்பிலும் அமைப்பிலும் எளிமையாக சிக்கலற்று இருந்தன. போட்டிகள் மிகக் குறைவாக இருந்தது. வியாபாரம் என்பது ஒரு சிறுகிராமத்திற்குள் மட்டும் நடைபெற்று வந்தது. கொடுப் போருக்கும் கொள்வோருக்குமான தொடர்பு மிக இலகுவானதாகவும் சிக்கலற்றதாகவும், கிட்டியதாகவும் இருந்தது. இதனால் பாரியளவிலான தகவல் பரிமாற்று நடவடிக்கைகள் தேவைப்படவில்லை. ஆனால் தொழிற்பெருக்கமும் புரட்சியும் அதிகளவிலான தகவல் பரிமாற்றத்தை அவாவி நின்றன.

மேற்கு நாடுகளில் தொழிற்புரட்சி ஏற்பட்டதைத் தொடர்ந்து சமுதாயம் முற்றிலும் மாறுபட்ட நிலைக்குத் தள்ளப்பட்டது. இதனால் மக்களுடன் தொடர்புடைய அனைத்து துறைகளும் மாறுதலை சந்திக்க வேண்டிய சூழ்நிலை ஏற்பட்டது. கிராமங்களை விட்டு வெளியுலகை மக்கள் எட்டிப்பார்க்க வேண்டிய நிலைக்கு தள்ளப்பட்டனர். இதனால் நகரங்கள் பன்முகத்தன்மை உடையனவாக அமைவதற்குரிய சூழ்நிலை உருவாயிற்று. ஆண்களும் பெண்களும் வெவ்வேறு இனம், சாதி, மதம், கல்வித்தரம், வர்க்கவேறுபாடு, சமுதாய பின்னணிகள் உடையவர்களாக வாழ்ந்து வரும் சூழல் நகரங்களில் ஏற்பட்டது. இதனால் வியாபார நிறுவனங்கள் தொடர்பாடல் மூலமாகவே மக்களை அணுகவேண்டியிருந்தது. இதற்கு விளம்பரங்கள், வணிகக் கடிதங்கள் என்பன உறுதுணையாக அமைந்தன.

முன்னைய காலங்களை விட ஏராளமான வணிக நிறுவனங்கள் தோற்றம் பெற்று வணிகத் துறை மறுமலர்ச்சி அடைந்தது. இதனால் வியாபாரமானது மிகுந்த போட்டியைச் சந்திக்க வேண்டிய நிலை ஏற்பட்டது; நிறுவனங்கள் போட்டியிட்டுக் கொண்டு மக்களை ஈர்க்க வேண்டிய நிலையில் தொடர்பாடலின் தேவை அதிகரிக்கத் தொடங்கியது; அதிக பட்ச இலாபம் உழைக்க வேண்டிய நிலையில் வியாபாரிகள் தொடர்பாடலையே நாடி நின்றனர். ஒரு நிறுவனத்தைப் பற்றியும் அதன் உற்பத்தி பற்றியும் பலதரப்பட்ட மக்களுக்கு ஒரே நேரத்தில் சொல்ல வேண்டிய கட்டாய நிலைக்கு நிறுவனங்கள் ஆளாயின. இதற்கு மக்கள் தொடர்பு சாதனங்களையே நாடவேண்டிய நிலை ஏற்பட்டது. நிறுவனங்களையும் பொருள்களையும் அறிமுகப்படுத்த, விற்க விளம்பரமும் பிரசாரமும் தேவை என்ற நிலையில் பொது மக்கள் தொடர்பு வலிமை வாய்ந்த ஆயுதமாக அமைந்தது.

பொருட்களை விற்பது இலாபம் உழைப்பது மட்டுமன்றி மக்கள் மத்தியில் தமது நிறுவனத்தின் பெயர் குறியீடாக பதியச் செய்வதற்கும், அது பற்றிய நல்லெண்ணத்தை உருவாக்குவதற்கும் தகவல் தொடர்பு அவசியமாயிற்று. அதாவது மக்களின் நம்பிக்கை, ஒப்புதல் முதலியவற்றைப் பெற்று நுகர்வோரிடமிருந்து தம் உற்பத்திப் பொருட்கள் சேவைகள் பற்றிய குறை நிறைகளை பெற்றுக் கொள்வதற்கும் வணிக நிறுவனங்களுக்கு தொடர்பாடல் அவசியமாயிற்று. பல்வேறுபட்ட இரசனையுள்ள மக்களிடம் தொடர்பு வல்லுனர்கள் மூலமாக தொடர்பு கொள்ள வேண்டிய சூழ்நிலை அத்தியாவசியமாகிய பொது தகவல் தொடர்பின்றி நிறுவனங்கள் இயங்க முடியாத நிலை உருவாயிற்று என்றே கூறலாம். தகவல் தொடர்பு சார்ந்த உலகில் நுகர்வோர் வலுவான ஆயுதம் போன்றவர்கள். ஆகவே வியாபார நிறுவனங்கள் தமது வியாபாரத்தை ஆரம்பிப்பது முதல் பொருட்களை சந்தைப்படுத்தி மக்கள் மத்தியில் பிரபல்யப்படுத்துவது வரையிலான அனைத்து நடவடிக்கைகளுக்கும் தொடர்பாடலையே நாட வேண்டிய கட்டாயம் ஏற்பட்டது.



மேலும் நிறுவனத்திற்குள்ளேயும் உற்பத்தி, சேவைகள் சிறப்பாகவும் முழுமையாகவும் நடைபெறுவதற்கு தகவல் பறிமாற்றம் அவசியமாயிற்று. முறையான தகவல் தொடர்பு இல்லையெனின் குழுநடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடியாது. வியாபார அமைப்புகள் தமது இலக்கை எய்த முடியாது. நிறுவன உரிமையாளர், அதிகாரிகள், பணியாளர்கள் என அனைத்துத் தரப்பினரும் சிறந்த நட்புறவினைப் பேணுவதற்கும் ஏனைய நிறுவனங்களுடன் தொடர்புகளை ஏற்படுத்திக் கொள்வதற்கும் சந்தை நிலைமைகளை உடனுக்குடன் அறிந்து உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் மாற்றங்களை மேற்கொள்வதற்கும் தொடர்பாடல் இன்றியமையாததாகின்றது.

### III. வியாபாரத் தகவல் தொடர்பாடலின் நோக்கம்

#### i. தகவலை அறிவித்தல் / பிரசாரம்

குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தின் உட்புறம், வெளிப்புறம் சார்ந்த பல்வேறு விடயங்களை அல்லது சூழ்நிலை தொடர்பான தகவல்களை அளிக்கும் செயற்பாடு அறிவித்தல் எனப்படும். இத்தகவலானது மக்கள் தொடர்பு சாதனங்கள் மூலமாகவோ துண்டுபிரசுரங்கள், கூட்டங்கள், கருத்தரங்குகள், மற்றும் மாநாடுகள், பேட்டிகள், வணிக பொருட்காட்சிகள் போன்றவற்றின் மூலமாக வாடிக்கையாளர், நிறுவனம் சார்ந்த ஊழியர்கள், உறுப்பினர்கள், ஏனைய வெளி நிறுவனங்கள் என்பவற்றிற்கு அளிக்கப்படுகின்றது.

அறிவிக்கும் தகவலானது ஆற்றல் மிக்கதாக அமைய வேண்டும். ஆகையினால் பின்வரும் பண்புகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

#### ஆற்றல் மிக்க தகவலின் பண்புகள்:-

1. தகவலானது புதியதாகவும் தேவைப்படும் போது பெறக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும்.
2. தகவலானது உண்மைத் தன்மை - நம்பகத்தன்மை வாய்ந்ததாகவும் திருத்தமானதாகவும் இருக்க வேண்டும்.
3. பொருத்தமானதாகவும் குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தின் நடவடிக்கைகளோடு தொடர்புடையதாக இருக்க வேண்டும்.

4. சுருக்கமானதாக இருக்கும் அதே வேளையில் முழுமையானதாக தேவைகளுக்கு பொருத்தமானதாகவும் இருத்தல் அவசியம் .
5. கருத்துக்கள் மிகத் தெளிவான முறையில் இடம் பெற வேண்டும். தகவல் விளக்கமற்றதாகவோ மயக்கத்தை ஏற்படுத்துவதாகவோ இருக்கக் கூடாது.
6. இலகுவில் புரிந்து கொள்ளக் கூடியதாக இருத்தல் வேண்டும்.
7. மக்களை அண்மிக்கும் ஆற்றல் உடையதாக இருக்க வேண்டும்.
8. விரைவுத் தன்மை கொண்டதாகவும் இருக்க வேண்டும்.
9. அனைவருக்கும் விளங்கக் கூடிய இலகுவான மொழிநடையில் அமைய வேண்டும்.
10. நெகிழ்வுத் தன்மை கொண்டதாக அமைய வேண்டும்.

**தகவலின் வகைகள் :-**

நிறுவனங்கள் மேற் கொள்ளும் தகவலானது இருவகைப்படும்.

1. உட்புறத் தகவல்
2. வெளிப்புறத் தகவல்

நிறுவன உரிமையாளர், மேலாளர் முதல் பணியாளர் வரை நிறுவனத்திற்குள் நடைபெறும் தகவல் பரிமாற்றம் **உட்புறத் தகவல்** என்றும் நிறுவனத்திற்கு வெளியில் ஏனைய நிறுவனங்களுடனும் நுகர்வோருடனும் மற்றும் பலருக்கும் அளிக்கப்படும் தகவல் **வெளிப்புறத் தகவல்** என்றும் குறிப்பிடப்படுகின்றது. இது போன்று குறித்த நிறுவனத்திற்கு தேவையான, வெளியிலிருந்து பெறப்படும் தகவலும் இதில் அடங்கும்

இவை தவிர காலத்தின் அடிப்படையில் நீண்டகாலத் தகவல், குறுங்காலத் தகவல், கடந்த காலத் தகவல், நிகழ் காலத் தகவல்

ஂனவு஡் ஡ிகழ்வுகளின் அடிப்படையில் ச஡஡ானத் தகவல், தி஡ர்தகவல், விஷேடத் தகவல் ஂனவு஡் தகவல்கள் வகைப்படுத்தப்படுகின்றன.

**ii . அறிவுறுத்தல்:-**

வழங்கப்பட்ட தகவல் பெறப்பட்டவரின் சிந்தனையைத் தூண்டி அவரை செயற்படுத்த வைக்கு஡ானால் அதுவே அறிவுறுத்தல் ஂனப்படும். ஡ிறுவனத்தின் ஡டவடிக்கை ச஡்பந்த஡ான கருத்துக்கள் வழங்கப்பட்ட பின்னர் அதனை ஏற்று ஡டவடிக்கைகளை ஡ேற்கொள்வதாகும். குறிப்பிட்ட ஡பரோடும் பணியோடும் தொடர்புடையதாக அறிவுரை பெறப்பட்டவரின் தேவையை ஡ிறை வேற்றுவதாக அ஡ைய வேண்டும். இவ்வறிவுறுத்தலானது தனது ஡ே஡்பாட்டிற்காகவும், ஡ன்஡ைக்காகவும் வழங்கப்படுகிறதேயன்றி தன்னை குறைத்து ஡திப்பிடுவதற்காகவோ தாழ்த்துவதற்காகவோ இல்லை ஂன்பதை பெறுபவர் தெளிவாகப் புரிந்து கொள்ளும் வகையில் அ஡ைய வேண்டும்.

**iii. கல்வி ஡ுகட்டுதல்**

**iv. கட்டளைபிடுதல்**

**v. ஆலோசனை**

**vi. தூண்டுதல்**

**vii. ஂச்சரித்தல்**

**viii. செயலூக்க஡் ஂளித்தல்**

**ix. ஒழுங்குரைவை வளர்த்தல்**

**x. ஂதிக஡்ச இலாப஡் உழைத்தல் - இலக்கினை ஂடைதல்**

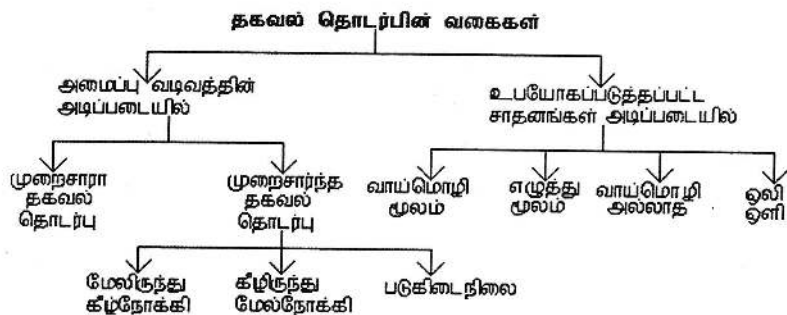
ஆகிய ஡ோக்கங்களையும் அடிப்படையாகக் கொண்டுள்ளது.

43733

அத்தியாயம் - 2

## தகவல் தொடர்பின் வகைகள் / வழிகள் (Types of Communication)

தகவல்தொடர்பின் வகைகள் / வழிகளை பின்வரும் வரை படத்தின் மூலம் தெளிவாக விளங்கிக் கொள்ளலாம்.



தகவல் தொடர்பானது பல அடிப்படைகளில் பின்வருமாறு பாகுபடுத்தப்படுகிறது.

1. அமைப்பு வடிவத்தின் அடிப்படையில்
2. உபயோகப்படுத்தப்பட்ட சாதனங்களின் அடிப்படையில்.

1. அமைப்பு வடிவத்தின் அடிப்படையிலான தகவல் தொடர்பு

I. முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பு (Formal Communication)

II. முறைசாராத் தகவல் தொடர்பு (Informal Communication)

என இருவகைப்படுகின்றது. அமைப்பு வடிவம் என்று குறிப்பிடும் போது செய்தியினை அனுப்புபவர் செய்தியினைப் பெறுபவர் ஆகியவர்களுக்கிடையில் உள்ள தொடர்பினையும் செய்தியின் முறைமையினையும் அடிப்படையாகக் கொண்டு மேற்குறிப்பிட்டவாறு பிரிக்கப்படுகின்றது.

## I. முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பு (Formal Communication)

ஒரு தகவல் பரிமாற்றமானது பல்வேறு திட்டங்களுக்கமைய முறையாக ஒழுங்கு படுத்தப்பட்டிருக்குமானால் அது முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பு எனப்படும். வியாபார நிறுவனங்களைப் பொறுத்த வரையில் இம் முறைசார்ந்த நிலை மிக மிக அவசியமாகும். இது தகவல் பரிமாற்றமானது ஒழுங்காகவும் சிறப்பாகவும் நடைபெறுவதற்கும் நிறுவனத்தின் அனைத்துப் பிரிவுகளையும் தொடர்புபடுத்துவதற்கும் அவசியமாகின்றது. நிறுவனத்தின் பணிகளை திட்டமிடுவதற்கும், தீர்மானங்களை மேற்கொள்வதற்கும், உற்பத்தி பணிகள் சிறப்பாக நடைபெறுவதற்கும், சந்தையில் பொருளுக்கான கேள்வி நிலைத்து நிற்பதற்கும் விற்பனையை ஊக்குவிப்பதற்கும் மிகமிக அவசியம்.

இம்முறையில் யார் தகவல் தொடர்பை மேற்கொள்ள வேண்டும்? எப்பொழுது எவ்வாறு தகவல் தொடர்பை மேற்கொள்ள வேண்டும்? யாருக்கு தகவல் எந்த நேரத்தில் அளிக்கப்பட வேண்டும்? என்பன போன்ற விடயங்கள் தெளிவாக வரையறுக்கப்பட்டிருக்கும். இம் முறையில் தகவல் தொடர்பு முறை ஒரு குறிப்பிட்ட முறைப்படி திட்டமிட்டு கடைபிடிக்கப்படுவதால் இது மூன்று பிரிவுகளில் வைத்து நோக்கப்படுகின்றது.



### i. கீழ் நோக்கி வரும் தகவல் தொடர்பு (Downward Communication)

ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தில் மேலாளர் (உரிமையாளரும்) அதில் எத்தனை துறைகள் இருக்கின்றனவோ அதன் ஒவ்வொரு பிரிவிற்கும் தலைவரும் தலைவருக்குக் கீழ் பல்வேறு பணியாளர்களும் உள்ளனர். இவர்களிடையே செய்தியானது குறிப்பிட்ட முறைப்படியே கடைபிடிக்கப்படுகின்றது. அவ்வாறு கடைபிடிக்கப்படும் போது உயர்மட்டத்திலிருக்கும் மேலாளர் கீழ்மட்டத்திலிருக்கும்

பணியாளருக்கு செய்தியினை அனுப்பும் முறையினை கீழ் நோக்க வரும் தகவல் தொடர்பு எனக்குறிப்பிடுவர். இம்முறையில் மேலாளர் பணியாளருக்கு நிறுவனத்தில் மேற்கொள்ள வேண்டிய பணிகள் தொடர்பான பல்வேறு நடவடிக்கைகளையும் கொள்கைகளையும் அறிவுறுத்தல்கள். உத்தரவுகள் ஆகியவை தொடர்பான தகவல்களை அனுப்பும் செயற்பாடாக இது அமைகின்றது.

கீழ் நோக்கி வரும் தகவல் தொடர்பானது மேலாளருக்கும் பணியாளருக்குமிடையே இடைவெளியைக் குறைத்து சிறந்த நட்புறவை வளர்த்துக் கொள்ள உதவுகிறது. நிறுவனத்தின் நடவடிக்கைகள் தொடர்பான தெளிவினை ஏற்படுத்தி நிறுவன வளர்ச்சிக்கு அவர்கள் தமது பங்களிப்பு என்ன என்பதை உணர்ந்து செயற்படுவதற்கு வழி செய்கின்றது. நிறுவனத்தின் நோக்கங்கள் சம்பந்தமான போதனைகள் இத்தகவல் பரிமாற்றம் மூலம் வழங்கப் படுவதால் அவர்கள் தம் பணி தொடர்பான சிறந்த அறிவுறுத்தல்களைப் பெற்றுக் கொள்கின்றனர். அதேநேரத்தில் அவர்களுக்கு ஆணையிடுவதாகவோ அதிகாரத்தை பயன்படுத்துவதாகவோ. கீழ்மட்டத்தினர் என்ற உணர்வை ஏற்படுத்துவதாகவோ அமைந்து விடக்கூடாது. ஆகையினால் இத்தொடர்பு முறையானது அவர்களுக்கு மிகச் சிறந்த முறையில் வழங்கப்பட வேண்டும்.

## ii. மேல் நோக்கிச் செல்லும் தகவல் தொடர்பு (Upward Communication)

குறிப்பிட்ட நிறுனத்தின் பணியாளர்கள் உயர்மட்ட மேலாளருக்கு (மேலாண்மைக்கு) அனுப்பும் செய்திகள் மேல் நோக்கிச் செல்லும் தகவல் தொடர்பு- எனப்படும். தமது பணிகள் சம்பந்தமான கருத்துக்கள் தமது பொறுப்புக்கள் என்பவற்றை அறிந்து கொள்வதற்கும், தமது பிரச்சினைகள் தொடர்பான கருத்துக்களை முன்வைப்பதற்கும் பணியாளருக்கு உதவுகின்றது. நிறுவன பணிகள் சம்பந்தமான அறிக்கைகள், தமது வேலை நேரம், சம்பளம், மேலதிகக் கொடுப்பனவு, விஷேட விடுமுறை ஆகியன தொடர்பான கருத்துக்களை மேலாண்மைக்கு வழங்குவதற்கும் இம்முறை உதவுகின்றது.

இத்தகவல் பரிமாற்று முறையினால் பணியாளர்கள் தமது உரிமைகளுக்காகவும் கடமைகளுக்காகவும் குரல் கொடுக்க முடிகின்றது. தமது பிரச்சினைகளை எடுத்துக் கூறுவதற்கும் அதற்கான தீர்வினைப் பெறுவதற்கும் இத்தொடர்பாடல் முறை வழிவகுத்துக் கொடுக்கின்றது. இதனால் அவர்கள் தம் கடமைகளை ஒழுங்காவும் மனதிருப்தியுடனும் செய்வது மட்டுமல்லாமல் நிறுவனத்திற்கு விசுவாசமுள்ள பணியாளர்களாகவும் செயற்படுவதற்கு வழி சமைத்துக் கொடுக்கின்றது.

### iii. படுகிடைத் தகவல் தொடர்பு (Horizontal Communication)

ஒரு நிறுவனத்தில் ஒரே மட்டத்தில் பணிபுரியும் அதிகாரத்தில் சம அந்தஸ்த்துள்ள நபர்களுக்கிடையே நடைபெறும் தகவல் பரிமாற்றம் படுகிடைத் தகவல் தொடர்பு அல்லது சமச்சீர் தகவல் தொடர்பு எனப்படும். உதாரணமாக நிறுவனத்தில் பல பிரிவுகள் காணப்படும். அதாவது நிர்வாகப்பிரிவு, செயற்பிட்டபிரிவு, கொடுக்கல் வாங்கல் பிரிவு, தொடர்பாடல்பிரிவு, சந்தைப்படுத்தல் பிரிவு என பலபிரிவுகள் காணப்படும். இவ்வொவ்வொரு பிரிவிற்கும் ஒரு இயக்குனர்கள் நியமிக்கப்பட்டிருப்பார்கள். இவ்வியக்குனர்கள் அனைவரும் தமக்கிடையே தகவல் பரிமாற்றம் நிகழ்த்துவார்களாயின் அது படுகிடைத் தகவல் தொடர்பாக அமையும். இது போன்று ஊழியர்கள் மட்டும் அவர்களுக்குள் கருத்து பரிமாற்றம் நிகழ்த்துவார்களாயின் அதுவும் இத்தகவல் தொடர்பாகவே அமையும். இதனால் தகவல்களை நேரடியாக மேலாண்மையிடம் சென்று பெற வேண்டிய அவசியமில்லை. தமக்குள்ளே கருத்துக்களை பரிமாற்றி ஒரு முடிவிற்கு வரலாம் சரியான முடிவொன்று ஏற்பட்ட பின்னர் அதனை மேலாண்மைக்கு அறிவிக்கலாம். அது போல பணியாளர்களும் தமது பணிகள் பிரச்சினைகள் தொடர்பாக கலந்து பேசி சமரசமான முடிவிற்கு வந்த பின்னர் அதனை மேலாண்மைக்கு அறிவிக்கலாம். இதனால் தேவையற்ற பிரச்சினைகள் தவிர்க்கப்படுகின்றது. பொதுவாக நிறுவனங்களில் இத்தகைய கருத்துப்பரிமாற்றங்கள் நல்ல நட்புறவு ஏற்படுவதற்கு வழிவகுக்கின்றது.

## II. முறைசாரா தகவல் தொடர்பு (Informal Communication)

முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பிற்கு மறுதலையான அம்சங்களைக் கொண்ட தகவல்தொடர்பு முறையாகும். இதனை கலாநிதி இராதா அவர்கள் “முறைசாரா தகவல் தொடர்பானது முறையான தகவல் தொடர்பின் அனைத்து சம்பிரதாயங்களிலிருந்தும் விடுபட்ட ஒன்றாகும்” எனக்குறிப்பிடுகின்றார். இது திட்டமிடப்பட்டதாகவோ ஒழுங்குபடுத்தப்பட்டதாகவோ அமையாது. அதிகமாக வாய்மொழித் தகவல் தொடர்பாகவே அமைகின்றது. எனக்குறிப்பிட்டாலும் முகபாவனை, தலை அசைவு, பார்வை, சிரிப்பு, சைகை என்பனவும் இதில் அடங்குகின்றன.

தனியார் நிறுவனங்களில் பெரும்பாலும் கடைப்பிடிக்கப்படும் இம் முறையானது விரைவானதாகவும், சிக்கனமானதாகவும், சுலபமானதாகவும் அமைகின்றது. முறையான தொடர்பிற்கு பெரிதும் துணைபுரிவன ஆகையால் வர்க்க வேறுபாடு, அந்தஸ்த்து பேதம் போன்ற குறைபாடுகள் கிடையாது. நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் மேலாளர் முதல் பணியாளர் வரை இத்தகவல் பரிமாற்றத்தினை பயன்படுத்துகின்றனர். மேலாளர் தவிர்க்க முடியாத சில சமயங்களில் முறையான தகவலை அனுப்புவதற்கு சிக்கல் ஏற்படும் போது முறைசாராத் தகவல் தொடர்பினையே பயன்படுத்துகின்றார்.

### 2. உபயோகப்படுத்தப்பட்ட சாதனங்களின் அடிப்படையிலான தகவல் தொடர்பு

இதனடிப்படையில் தகவல் தொடர்பானது பின்வரும் முறையில் அமையும்

1. வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பு
2. எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பு
3. சைகை வழித் தகவல் தொடர்பு (சொற்சாராத் தகவல் தொடர்பு)
4. ஒலி ஒளித் தகவல் தொடர்பு

#### I. வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பு (oral Communication)

சொற்கள் மூலமாக ஒருவர் இன்னொருவருடன் நேரடியாக தகவல் பரிமாற்றம் செய்யும் முறையே வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பு எனப்படும். செய்தித் தருளும் பெறுனும் நேரடியாகக்



கருத்துக்களை பரிமாறிக் கொள்வதால் இருவருடைய உணர்வுகளையும் எண்ணங்களையும் தெளிவாக புரிந்து கொள்ள முடிகின்றது. இவ்வாய்மொழித் தகவல் தொடர்பு நெகிழும் தன்மை உடையது. அதாவது இத்தகவல் பரிமாற்றத்துடன் சைகை, உணர்ச்சி பூர்வமான முகபாவங்கள், ஏனைய எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள் என்பவற்றையும் பயன்படுத்தலாம்.

நிறுவனத்திற்குள் செய்தியை அறிவித்து அதன்பயனைப் பெறுவதற்கு இம்முறை மிகச்சிறந்ததாக அமைகிறது. இம்முறையானது முகத்திற்கு முகம் ஏற்படும் தொடர்பு ஆகையால் ஆற்றல்மிக்க ஒரு தொடர்பு முறையாக அமைகிறது. உதாரணமாக குறித்த ஒரு பணியை மேலாளர் எழுத்து மூலமாக தெரிவிப்பதைவிட நேரடியாக தானே வாய்மொழி மூலமாக தெரிவிக்கும் போது மரியாதையின் நிமித்தம் அப்பணி மிகச்சிறப்பாகவும் உடனடியாகவும் நிறைவேற்றப்படுகிறது. அத்துடன் குரலின் ஏற்ற இறக்கங்களை பயன்படுத்தி கனிவாகவும் கண்டிப்பாகவும் கருத்துக்களை வெளியிடலாம், தட்டிக் கொடுக்கலாம் தண்டிக்கலாம்.

நிறுவனத்தின் வேலை தொடர்பான விடயங்கள் மட்டுமன்றி வேறும் பல விடயங்கள் இதன் மூலம் கலந்துரையாடப்படுவதால் பேதத்தன்மை குறைந்து நட்புறவு ஏற்பட வழிவகுக்கின்றது. சிக்கனமானதும் விரைவானதுமான இத்தகவல் தொடர்பு இலகுவானதாகவும் அமைகின்றது. நேருக்கு நேரான இத்தொடர்பு இருவழித் தொடர்பாகவும் அமைகிறது. ஆகவே உடனடியான எதிர்நீட்டலுக்கு வழிவகுக்கின்றது. சந்தேகங்கள் தெளிவின்மைகள் உடனடியாக தீர்க்கப்படுவதனால் கருத்து வேறுபாடுகள் குறைவாகக் காணப்படுகின்றன. வியாபாரத் தகவல் தொடர்பிலும் பொது மக்கள் தொடர்பிலும் மிகுந்த வரவேற்பினைப் பெறுகின்றது.

வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பானது

1. நேரடித் தொடர்பு

2. உயந்தீரங்கள் மூலமான தொடர்பு

என இருவகையில் அமைகின்றது.

நேரடித் தகவல் தொடர்பு தனிமனிதத் தொடர்பாகவோ, இரு நபர்களுக்கிடையிலான தொடர்பாகவோ, குழுக்களுக்கிடையிலான தொடர்பாகவோ பொதுவானதாகவோ அமையலாம். பின்வரும் தொடர்பாடல் முறைகளை இதில் உள்ளடக்கலாம்.

- 1 நேர்முகம்
- 2 கூட்டங்கள்
- 3 கலந்துரையாடல்கள்
- 4 கற்பித்தல்
- 5 கருத்தரங்குகள்

இயந்திர மூலமான தகவல் தொடர்பில் பின்வரும் கருவிகளை உள்ளடக்கலாம்.

1. சைகை, அழைப்பு மணி, ஒலி, கலர் பல்புகள்
2. பேசும் குழாய்
3. சொற்பதிவுக் கருவி
4. தொலைபேசி
5. உள்ளகத் தொலைபேசி

**வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பிலுள்ள குறைபாடுகள்:-**

வாய்மொழித் தகவல் தொடர்பானது பல்வேறு நன்மைகளைக் கொண்டிருந்த போதிலும் சில சந்தர்ப்பங்களில் அது குறைபாடுடையதாகவே காணப்படுகின்றது.

1. செய்தி நீண்டதாவும் சிக்கலானதாகவும் அதிகளவிலான பெறுனரைக் கொண்டிருக்கும் சந்தர்ப்பத்திலும் இம்முறையைக் கையாள்வது கடினமானதாகும். இச்சந்தர்ப்பங்களில் நேரம், பணம் என்பன அதிகம் விரயமாகின்றன.
2. இரகசியத் தன்மையினை பேணுவது மிகவும் கடினமானதாகும்.
3. வாய்மொழியானது உறுதியற்றதாகையினால் நம்பத்தன்மை குறைவாகவே காணப்படுகின்றது.
4. பிற்காலத் தேவை கருதி பேணிவைத்தல் இயலாது. எழுத்தாக பதிவு செய்து வைக்க முடியாது ஆகையினால் சில காலம் சென்ற பிறகு புத்துயிர் கொடுக்க முடியாது.

5. குறிப்பிட்ட செய்தியை மீண்டும் மீண்டும் அனுப்ப வேண்டிய தேவை ஏற்பட்டால் அங்கு வாய்வழிச் செய்தியானது பொருத்த மற்றதாகிவிடுகின்றது.
  6. கூட்டங்கள் கலந்துரையாடல்கள் என்பவற்றின் போது சிறந்த பேச்சாற்றல் உள்ள ஒருவரினால் மட்டுமே செய்தி பரிமாற்றத்தை ஏற்படுத்த முடியும்.
  7. நிறுவனங்கள் இன்று இருந்த இடத்திலிருந்து செயலாற்ற வேண்டிய நெருக்கடியான சூழ்நிலையில் இடத்தை விட்டு நகரவேண்டியுள்ளது
2. எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பு

ஆரம்பகால கருத்துப் பரிமாற்று நடவடிக்கை ஒலிவடிவாகவும் சைகையாகவும் இருந்தது. மனிதன் தனது அறிவினை பயன்படுத்தி அதனை மொழியாக மாற்றியதைத் தொடர்ந்து தகவல் பரிமாற்றத்தில் ஒரு புரட்சிகரமான மாற்றம் ஏற்பட்டது. அதனை பேச்சு மொழி எழுத்து மொழி என பிரித்தது மட்டுமன்றி வரிவடிவம், குறியீட்டு வடிவம், என்பவற்றை அச்செழுத்து, கையெழுத்து எனவும் தெளிவாக பாகுபடுத்திக் கொண்டான். அதாவது எழுதப்பட்ட மொழியானது அதனை விளங்கிக் கொள்ளக் கூடிய எந்த ஒரு இடத்திற்கும் தகவலை கொண்டு செல்லும் ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளது. வியாபார நடவடிக்கைகளுக்கு பயன்படுத்தப்படும் ஆவணங்கள், ஒப்பந்தங்கள், வணிகக்கடிதங்கள், சான்று பத்திரங்கள் தொடர்பான அனைத்து காகித செயற்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியதாகக் காணப்படுகிறது.

வியாபாரத் தொடர்பாடலில் விரிந்த பரப்பெல்லையினைக் கொண்டதாக விளங்குகிறது வியாபார நிறுவனங்கள் மட்டுமன்றி எந்த ஒரு நிறுவனத்தை எடுத்துக் கொண்டாலும் அவை அனைத்திலும் பெரும்பலான தகவல் பரிமாற்று நடவடிக்கைகள் எழுத்து மூலமானதாகவே காணப்படுகின்றது. உள்ளக வெளியகத் தகவல் பரிமாற்றத்தின் போது செய்தியினை இலகுவாகவும், தெளிவாகவும், முழுமையாகவும் பகிர்ந்து கொள்வதற்கு எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பே சிறந்ததாகையால் அது வியாபாரத்தகவல் தொடர்பில்

முக்கியத்துவம் பெற்று விளங்குகிறது. அது மட்டுமன்றி தற்காலத் தொழில் நுட்ப வளர்ச்சிக்கேற்ப புதிய புதிய மாற்றங்களை உள்வாங்கிக் கொள்ளும் சாதனமாக அமைந்திருப்பதும் இதன் முக்கியத்துவத்திற்கு காரணமாகும். உதாரணமாக வாய்மொழி மூலமான தொடர்பாடல் கருவியில் (கையடக்க தொலைபேசி) கூட குறுந்தகவல் அனுப்பும் முறை உள்ளது. அத்தோடு தொலைநகல், தொலையச்சு, இலத்திரனியல் தபால் போன்ற தொழில் நுட்ப முறையிலான தொடர்பாடல்களைக் குறிப்பிடலாம். இதனால்தான் இதன் பரப்பெல்லை விரிந்தது எனக் கூறுகின்றனர்.

எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பில் பின்வரும் வடிவங்கள் உள்ளடக்கப்படுகின்றது.

- |                                |                                     |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. வணிகக்கடிதங்கள்             |                                     |
| 2. ஆணைகள்                      | 8. தந்தி                            |
| 3. அறிக்கைகள்                  | 9. தொலைநகல்                         |
| 4. அறிவித்தல்                  | 10. மின்னஞ்சல் / இலத்திரனியல் தபால் |
| 5. சுற்றறிக்கை                 | 11. சுவரொட்டி                       |
| 6. துண்டு பிரசுரம்             | 12. தொலையச்சு                       |
| 7. நிகழ்ச்சிப்பதிவுக் குறிப்பு | 13. விளம்பரம்                       |

எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பின் நன்மைகள்:-

1. ஒரு எந்த விடயத்தையும் தெளிவாகவும், விளக்கமாகவும் முழுமையாகவும் பெருந்தொகையானோருக்கு தெரிவிக்கலாம்.
2. அச்செழுத்தாகவோ கையெழுத்தாகவோ அமைவதனால் சட்ட ரீதியான பதிவாக இருக்கின்றது.
3. பணவிரயம் நேரம் என்பன மிகுதிபடுத்தப்படுகின்றது.
4. எதிர்கால தேவைக்கு பயன்படுத்தக் கூடிய வகையில் கோப்பிலிட்டு பாதுகாக்கக் கூடியதாக இருக்கின்றது.
5. இரகசியத் தன்மை பேணப்படுகின்றது.
6. உறுதிபடுத்தல், அத்தாட்சிபடுத்தல், உரிமை ஒப்படைப்பு ஆவணப்படுத்தல் என்பவற்றிற்கு மிகப் பொருத்தமானது.

7. தற்கால தொழில் நுட்பங்கள் அனைத்தையும் உள்வாங்கியுள்ளது.
8. பலதடவை சிந்தித்து பலரின் ஆலோசனைகள் பெற்றதன் பின் உருவாக்கப்படுவதால் தவறுகள் ஏற்படுவது மிகக் குறைவு.
9. வரைபடங்கள், புள்ளிவிபரங்கள், அட்டவணைகள், காட்சிப்படங்கள், என்பவற்றை சேர்க்கக் கூடியதாக இருப்பதனால் செய்தியில் தெளிவு ஏற்படுகின்றது.
10. உலகலாவிய ரீதியில் ஒரு பொது மொழி பயன்பாட்டில் உள்ளதால் எந்த ஒரு நாட்டுடனும் இலகுவாக தொடர்பினை ஏற்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

**எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பின் தீமைகள்:-**

எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பின் மூலமாக பல நன்மைகள் இருந்த போதிலும் சில குறைபாடுகளும் காணப்படுகின்றன. செய்தி யானது சிக்கலானதாகவும் கடினமானதாகவும் இருக்கும் சந்தர்ப்பங் களில் இது வெற்றி அளிப்பதில்லை. அதாவது செய்தியினை விளக்க வேண்டிய நிலையில் சந்தேகங்களை தெளிவுபடுத்த வேண்டிய சந்தர்ப்பங்களில் வாய்மொழியே சிறந்ததாக அமைகின்றது.

அறிவூட்டல்கள், பணிநிறைவேற்றல் ஆகிய சந்தர்ப்பங்களில் மேலாளரிடம் இருக்கும் மதிப்பு அவருக்கு அளிக்கப்படும் கௌரவம் என்ற நிலையில் உடனடியாக இது வெற்றியளிப்பதில்லை. உணர்ச்சிகளை சைகை மூலமாகவோ, முகபாவத்தினூடாகவோ வெளிப்படுத்த முடியாதிருப்பதனால் ஒரு செய்தியினை சுவாரஸ்ய மாக வெளிப்படுத்துவது கடினம்.

எழுத்து மூலமான தொடர்பாடல் குறைபாடுகளைக் கொண்டிருந்த போதிலும் அதிகமான நன்மைகளைக் கொண்டிருப் பதனாலும் எழுத்துக்களுக்கென்றே தனி ஆற்றல் அதாவது நம்பகத் தன்மை இருப்பதனாலும் வணிகநடவடிக்கைகள் அனைத்திற்கும் மிக பொருத்தமானதாக அமைவதனாலும் முதன்மையானதும் முக்கியத் துவம் வாய்ந்ததுமாக எழுத்து மூலமான தொடர்பாடலே அமைகின்றது.

அத்தியாயம் - 03

## வணிகக் கடிதத் தொடர்பு

வியாபார செயற்பாடுகள் - நடவடிக்கைகள் சம்பந்தமாக ஒரு கட்டமைப்புடன் எழுத்துருவிலான முறைசாரந்த தகவல் பரிமாற்றம் வணிகக்கடிதம் எனப்படும். கடிதம் எழுதுவது என்பது ஒரு தனிக்கலை அதுவும் வணிகக் கடிதம் எழுதுதல் என்பது நூல் மேல் நடப்பது போன்றது. சற்றுத் தவறினால் நிறுவனம் பாதாளத்தில் வீழ்ந்துவிடும். எனவே வணிகக் கடிதம் ஒன்றை எழுதும் போது பின்வரும் அம்சங்களைக் கருத்திற் கொண்டு எழுதுதல் வேண்டும்.

### 1. சரியான முறைமை:-

சிறந்த வணிகக் கடிதமானது அதற்குரிய கட்டமைப்பினைக் கருத்திற் கொண்டு முறையாக எழுதப்படுதல் வேண்டும். அத்துடன் அதில் தரப்பட்டுள்ள தகவல்கள் யாவும் சரியானதாகவும் முறையானதாகவும் பிழையின்றியும் அமையவேண்டும்.

#### i. வணிகக் கடிதத்தின் கட்டமைப்பு:-

வணிகக் கடிதம் ஒன்றினை எழுதும் போது அதனை ஓர் ஒழுங்கு முறைப்படி எழுத வேண்டும் என அறிஞர்கள் அதில் இடம் பெற வேண்டிய கூறுகள் பற்றி குறிப்பிட்டுள்ளனர். இதுவே வணிகக் கடிதத்தின் கட்டமைப்பு எனப்படுகின்றது.

இவ்வாறு எழுதும் போது அது தன்னுடைய சரியான தோற்றத்தை உறுதி செய்வது மட்டுமல்லாமல் வலிமை மிக்கதாகவும் அமைவதற்கு இக்கட்டமைப்பே காரணமாக அமைகிறது. அதன் கட்டமைப்பு பின்வருமாறு அமையும்.

i. தலைப்பு

ii. திகதி

iii. பார்வை எண்

iv. உள்முகவர்

v. வணக்க முறை

vi. கடிதத்தின் நடுப்பகுதி

vii. முடிவு

viii. கையொப்பம்

**ii. முழுமை:-**

கடிதமொன்று என்ன காரணத்திற்காக, என்ன நோக்கத்திற்காக எழுதப்படுகின்றது என்பதைக் கருத்திற் கொண்டு அதில் இடம் பெற வேண்டிய அனைத்து விடயங்களும் இடம்பெற்றிருக்க வேண்டும். இடம் பெற வேண்டிய தகவல் விடுபட்டிருந்தால் அது வாசிப்பவருக்கு தவறான அர்த்தத்தைக் கற்பிக்க கூடியதாக இருக்கும். உதாரணமாக ஒரு நிறுவனத்தின் பொருட்களுக்கான விலை அதிகரிப்பினை குறிப்பிட்டு கடிதம் எழுதப்படும் போது என்ன காரணத்தினால் இவ்விலை அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது என்பதை குறிப்பிட வேண்டும். ஆனால் அது அக்கடிதத்தில் விடுபட்டிருக்குமானால் அக்கடிதம் அவருக்கு நிறுவனத்தின் மீது ஒரு சலிப்புத்தன்மையை அல்லது வெறுப்பை ஏற்படுத்தும்.

**iii. சுருக்கம்:-**

முழுமையாக இருக்க வேண்டும் என்பதற்காக கூறவேண்டிய விடயத்தை தேவையற்ற வார்த்தை பிரயோகங்களால் விரித்துக் கொண்டு செல்வது வாசிப்பவருக்கு சலிப்பினையும் நேரவிரயத்தையும் ஏற்படுத்தும். ஆகவே கருத்துக்களை சுருக்கமாகவும் கூற வேண்டும். கூறவேண்டிய கருத்தை திரும்பத் திரும்பக் கூறுதல் மிக சுருக்கமாக கூற வேண்டியதைச் சுற்றி வளைத்து அதிகளவான வார்த்தைகள் வசனங்கள் என்பவற்றை பயன்படுத்துதல் என்பன சுருக்கமின்மைக்கு காரணங்களாகும் எனவே இவற்றைத் தவிர்த்து சுருக்கமாக எழுதுவது நேரத்திற்காக போராடும் இக்கால கட்டத்தில் பெரிதும் வரவேற்பினைப் பெறும்.

**iv. தெளிவு :-**

ஒரு கடிதத்தில் எழுதப்பட்டிருக்கும் தகவலானது எந்த விதத்திலும் மயக்கத்தை ஏற்படுத்தாதவாறு மிகத் தெளிவாக எழுதப்பட வேண்டும். கடிதத்தில் கூறப்பட்டிருக்கும் செய்தியானது இரு பொருள்தரும் வகையிலோ மயக்கத்தைத் தரும் வகையிலோ அமையக் கூடாது. ஆகவே கடிதம் எழுதுவதற்கு முன்னர் தான் எழுதப் போகும் விடயம் என்ன என்பதை நன்றாக சிந்தித்து அல்லது இன்னொருவரின் ஆலோசனையினைப் பெற்று எழுத வேண்டும்.

## V. இலகுவான மொழிநடை:-

கடிதத்தின் தெளிவின்மைக்கு காரணமாக அமைவது அதன் மொழிநடையே என்று கூறலாம். இலகுவான மொழி நடையில் சிறு சிறு வசனங்களாக அமைய வேண்டும். வார்த்தை சொற்றொடர்களின் பிரயோகங்கள் நாளாந்தம் புழக்கத்தில் இருப்பவையாக கருத்தினை இலகுவில் விளங்கிக் கொள்ளக் கூடியதாக அமைதல் வேண்டும். நிறுத்தக் குறியீடுகளை பயன்படுத்தும் போது சரியான இடத்தில் சரியான ஒரு குறியீட்டினையே பயன்படுத்த வேண்டும். காற்புள்ளிக்கு பதிலாக முற்றுப் புள்ளியையோ அல்லது அரைப் புள்ளியையோ பயன்படுத்தினால் தவறான அர்த்தத்தை ஏற்படுத்தி விடும். கடிதத்தை வாசிப்போர் அனைவரும் சிறந்த கல்விமாண்களாக இருக்க முடியாது. ஆகையினால் அனைவரும் படித்தறியக் கூடிய மொழி நடையினைக் கையாண்டு எழுதும் போது அது மிகச்சிறந்த வெற்றியைத் தரும்.

❖ **குறிப்பு** வணிகக் கடிதம் ஒன்று கொண்டிருக்க வேண்டிய அல்லது அதனை எழுகும் போது கவனிக்க வேண்டிய பண்புகள் என்பது கடிதம் எழுகும் போது மட்டுமன்றி எழுக்கு முலமான அனைத்துத் தொடர்பாடல் முறைகளுக்கும் பொருந்தும்.

## 2. வணிகக் கடிதத்தின் முக்கியத்துவம்:-

1. நிறுவனம் ஒன்றை ஆரம்பிப்பதற்கு முன்னரே தன் சேவையைத் தொடரும் கடிதமானது இறுதி வரை தன் பணியிலிருந்து விடுபடுவதில்லை. பல்வேறு இடங்களிலுள்ள வணிகர்களையும், வாடிக்கையாளர்களையும் எளிதில் ஒன்றிணைக்கின்றது.
2. வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு சிறந்த சான்றாகவும் உறுதிப் படுத்துவதற்கு ஏற்ற ஆவணமாகவும் அமைகின்றது.



3. எல்லோருக்கும் பயன்படும் வகையில் எளிமையான சிக்கனமான செய்தித் தொடர்பு சாதனமாக அமைகின்றது.
4. தொழில் தொடர்பை சிறந்த முறையில் ஏற்படுத்துவதற்கும் நட்புறவை வளர்ப்பதற்கும் உதவுகின்றது.
5. எதிர்கால பார்வைக்குரிய சான்றாக இருப்பதனால் நம்பிக்கை நல்லெண்ணம் ஏற்படுவதற்கு காரணமாகின்றது.
6. நேரடி வார்த்தையாடலைத் தவிர்த்து செய்தியை சிந்தித்து சிறப்பாக வழங்கக் கூடியதாக இருக்கின்றது. தவறுகள் தவிர்க்கப்படுகின்றது.

**வணிகக் கடிதத்தின் வகைகள்:-**

1. விண்ணப்பக்கடிதம்
2. ஆணையுரு கடிதம்
3. வசூல் கடிதங்கள்
4. விற்பனைக் கடிதங்கள்
5. சுற்றறிக்கை கடிதங்கள்
6. காப்பீட்டுக்கடிதங்கள்
7. போக்குவரத்து கடிதத் தொடர்பு
8. பொதுஜன உறவுக் கடிதம்

## 1. மாதிரி விற்பனைக் கடிதம்

ஹட்சன் தொலைக்காட்சி உற்பத்தியாளர்  
113, நாவலர் வீதி,  
காலி றோட்,  
வெள்ளவத்தை.

தொ.போ.இல.  
011 2457982  
20. 09. 2007

ஓ. எஸ். மின்பொருள்,  
விற்பனை நிலையம்,  
70, கடைவீதி,  
யாழ்ப்பாணம்.

அன்புடையீர்!

### வண்ணத் தொலைக்காட்சிப் பெட்டி விற்பனையை மேம்படுத்துவதற்கான கடிதம்

எமது நிறுவனத்தால் லிட்டில் ஸ்டார் என்ற புதிய வண்ணத் தொலைக்காட்சி அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இத்தொலைக்காட்சிப் பெட்டி சிறந்த தொழில்நுட்பங்களுடன் கூடியதாக தொழில் நுட்ப வல்லுனர்களால் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது. இதில் வெளிநாட்டி லிருந்து இறக்குமதி செய்யப்பட்ட விஷேடமான இணைப்புச் சாதனங்கள் பொருத்தக் கூடிய வசதிகளும் உண்டு.

இத்தொலைக்காட்சி பெட்டியில் பொருத்தப்பட்டுள்ள மின்சேமிப்பு சாதனம் மின்சாரம் தடைப்பட்டாலும் தொடர்ந்து 30 நிமிடங்கள்

மின் துண்டிப்பின்று இயங்குவதற்கு வழி செய்கின்றது. இதிலுள்ள முழுமையான செயற்பாடுகளும் தொலைகட்டுப்பாட்டுக்கு (Remote Control) கருவியுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளதோடு தொழில் நுணுக்கங்கள் கணிப்பொறியினூடாக இணைக்கப்படும் உள்ளது.

புதிய தொழில் நுட்பங்களைக் கொண்டு சிறப்பாக ஒரு சிறு படமாளிகைத் திரை போல அமைக்கப்பட்டுள்ள இத்தொலைக் காட்சிப் பெட்டியின் விலை மிகவும் குறைவானதாகும். பல்வேறு அளவுகளில் வாடிக்கையாளர் வசதி கருதி தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது. ஐந்து வருட உத்தரவாதம், விலைக் கழிவு, ஊக்குவிப்புப் பரிசுகள் என வாடிக்கையாளருக்கு பல சலுகைகள் உண்டு. அத்தோடு அதிகளவில் விற்பனை செய்யும் வியாபாரிகளுக்கு கவர்ச்சிகரமான சலுகைகள் வழங்கப்படும். விலைக் கழிவு வீதம் நீங்கள் எதிர்பாராத வகையில் வழங்கப்படும்.

எமது வண்ணத் தொலைக்காட்சிப் பெட்டி நன்மைகளை எடுத்துக்கூறி விற்பனையை பன்மடங்காக மேம்படுத்தி நீங்களும் பயனைப் பெற்றுக் கொள்ளுங்கள் என மிகத் தாழ்மையுடன் கேட்டுக் கொள்கிறோம்.

நன்றி

இப்படிக்கு,

ஹட்சன் உரிமையாளர்,

என். சியாம்சந்.

## 2. மாதிரி கடிதம்

- தலைப்பு - அ. ஹரிஹரன்  
இல. 165, பாடசாலை வீதி,  
கொழும்பு
- திகதி - 13.06.2008
- பார்வை எண் - B22/3222008
- உள்முகவரி - செயலாளர் அவர்கள்,  
கல்வி அமைச்சு,  
இசுருபாய  
பத்தரமுல்லை
- விழிப்பு - கனம் ஐயா!
- தலையங்கம் - பாடநூல்கள் கிடைக்காமையினால் எதிர்  
நோக்கும் பிரச்சினைகள்.
- கடிதச்செய்தி - கல்வி பொதுத்தராதர உயர்தர வகுப்பு மாணவர்  
களாகிய எமக்கு இலவச பாடபுத்தகங்கள்  
வழங்கப்பட்டாலும் அவை அனைத்து பாடங்  
களுக்கும் வழங்கப்படுவதில்லை. பெருந்தொகை  
யான பணம் செலவு செய்தே ஏனைய புத்தகங்  
களை பெற்றுக் கொள்ள வேண்டியுள்ளது.  
இதனால் பல மாணவர்கள் உயர்தர கல்வியை  
மேற்கொள்ளாமல் கல்விபொதுத்தராதர சாதா  
ரணதர பரீட்சை எழுதியதும் தமது கல்வியை  
இடைநிறுத்திக் கொள்கின்றார்கள். எமது நாட்டில்  
உயர்தரக் கல்வியைப் பெறுவோரின் தொகை  
மிகக் குறைவாக இருப்பதற்கு இதுவும் ஒரு  
காரணமாக உள்ளது.

முடிவு - சாதாரண தரம் வரை கல்வியைப் பெற்ற மாணவர்கள் இவ்வாறு இடையில் கல்வியை நிறுத்திக் கொள்வது அரசிற்கு பாரிய இழப்பாகும். எனவே ஏனைய வகுப்புகளுக்கு கொடுப்பது போன்று அனைத்து பாட புத்தகங்களையும் கொடுத்து எமது நாட்டின் கல்வி வளர்ச்சிக்கு உறுதுணை புரியுமாறு தாழ்மையுடன் கேட்டுக் கொள்கின்றேன்.  
நன்றி

கையொப்பம் - இப்படிக்கு,  
உண்மையுள்ள,  
அ. ஹரிஹரன்  
(மாணவர்களின் நலன் விரும்பி)

தகவல்தொழில் நுட்ப பயிற்சி திணைக்களத்திலுள்ள தொழில் வழிகாட்டல் ஆலோசனை மையத்தில் ஆலோசகர்களாக பணியாற்றுவதற்கு தகுதி யானவர்களிடமிருந்து (14.03.2008 அன்று அரசு வர்த்தமானி அறிவித்தல்) விண்ணப்பங்கள் கோரப்பட்டுள்ளது. இதற்கான விண்ணப்பப் படிவத்தையும் விண்ணப்பக் கடிதத்தையும் தயாரிக்குக.

5. i. மாதிரி விண்ணப்பப்படிவம்

தொழில் வழிகாட்டல் மையத்திற்கு ஆலோசகர்களை சேர்த்துக் கொள்வதற்கான விண்ணப்பம்

அலுவலக உபயோகத்திற்கு

1. முதல் எழுத்துக்களுடன் விண்ணப்பதாரரின் பெயர் : .....
2. முதல் எழுத்தினைக் குறிக்கும் பெயர் : .....
3. பால் ஆண்/பெண் : .....
4. நிரந்தர முகவரி : .....
5. தேசிய அடையாள அட்டை இலக்கம் : .....

6. பிறந்த திகதி. ஆண்டு : ..... மாதம் : ..... திகதி : .....

7. மாவட்டம்: தேர்தல் பிரிவு: கிராம சேவகர் பிரிவு  
.....

8. திருமணமானவரா?

9. கல்வித்தகைமை :-

i. கல்விப் பொதுத் தராதர சாதாரணதரம்

.....  
.....

ii. கல்விப் பொதுத் தராதர உயர்தரம் :-

iii. உயர்கல்வித் தகைமை :-

iv. மேலதிக தகைமை :-

v. கணினிபற்றிய அறிவு / அனுபவம் :-

vi. 2ம் நிலை மொழி அறிவு :- ஆங்கிலம் / சிங்களம் / தமிழ்

வண்ணப்பதாரியின் உறுதியுரை :-

மேலே கொடுக்கப்பட்டுள்ள விபரங்கள் யாவும் உண்மையானவை. இவை போலியானவை எனக் கண்டுபிடிக்கப்பட்டால் தண்டனைக்குள்ளாவேன் என்பதையும் நான் அறிவேன்.

.....  
திகதி

.....  
கையொப்பம்

ii. விண்ணப்பக்கடிதம்

தமிழினி,  
திருவள்ளூர் வீதி,  
திருகோணமலை,  
18.03.2008.

இயக்குனர்,  
தொழிற் பயிற்சித் திணைக்களம்,  
தொழில் வழிகாட்டி மையம்,  
கொழும்பு -10.

கனம் அய்யா!

**தொழில் வழிகாட்டல் ஆலோசகர் பதவிக்கு விண்ணப்பித்தல்**

திருகோணமலை மாவட்டத்தை பிறப்பிடமாகக் கொண்ட நான் 14.03.2008 வர்த்தமானி அறிவித்தலில் கோரப்பட்டுள்ள தொழில் வழிகாட்டல் ஆலோசகர் பதவிக்காக விண்ணப்பித்துள்ளேன்.

இப்பதவிக்கு நான் விண்ணப்பித்தமைக்கு காரணம் இப்பதவிக்குரிய தகுதிகள் எனக்கிருப்பதாக கருதியது மட்டுமல்ல இப்பதவியிலுள்ள ஆர்வமும் கூட. அதாவது நாம் தொழில் ஒன்றை பெறுவதற்கு எவ்வளவு கஷ்டப்படுகின்றோம். தொழிலை பெற்றுக் கொண்ட பின் எவ்வளவு சந்தோஷப்படுகின்றோம் என்பதை நான் அறிவேன். எனவே தொழில் பெறுவதற்கான ஆலோசனை வழங்குவதில் நான் மிகுந்த ஈடுபாடும் கொண்டுள்ளேன்.

எனவே இந்த பதவிக்கு நான் தெரிவு செய்யப்பட்டால் நான் என்னுடைய பணியை முழுமையாகவும் திருப்தியாகவும் மகிழ்ச்சியுடனும் செய்வேன் என்று உறுதியளிக்கின்றேன்.

நன்றி

இப்படிக்கு,  
தங்கள் உண்மையுள்ள,  
க. தமிழினி.

அத்தியாயம் - 03

## கூட்டங்களும் கலந்துரையாடல்களும் (Meetings & Group Discussions)

### 1. கூட்டங்கள் (Meeting)

நிறுவனங்களில் அல்லது அமைப்புக்களில் கையாளப்படும் மிகமுக்கியமான வாய்மொழி மூலமான தகவல்தொடர்பு முறைகளில் கூட்டமும் ஒன்றாகும். குழுத்தகவல் தொடர்பு முறைகளில் அடங்கு கின்றது. வியாபார அமைப்புக்களுடன் தொடர்புடைய கூட்டமானது அவ்வமைப்பின் நடவடிக்கை சம்பந்தமான ஒரு முக்கிய முடிவினை அல்லது தீர்மானத்தினை அடிப்படையாகக் கொண்டு கூட்டப்படுகிறது.

கூட்டங்கள் அதன் அமைப்பினைப் பொறுத்து அதனை வரை விலக்கணப்படுத்தலாம். நிறுவனங்களின் கூட்டங்களை நான்கு பெறும் பிரிவுகளில் அடக்கலாம்.

1. உறுப்பினர்களின் பொதுக் கூட்டம்
2. இயக்குனர் அவைக்கூட்டம்
3. கடன்பத்திரதாரர் கூட்டம்
4. கடன் கொடுத்தோர் கூட்டம்

### I. உறுப்பினர்களின் பொதுக் கூட்டம் (Members General Meeting)

உறுப்பினர்களின் பொதுக் கூட்டம் வருடாந்த பொதுக்கூட்டம், விஷேட பொதுக்கூட்டம் என மேலும் மூன்று பிரிவுகளாக பிரிக்கப்படும். இக் கூட்டங்கள் சில சட்டப்படி நடாத்த வேண்டிய கூட்டங்களாக உள்ளன. வியாபார அமைப்பினை ஆரம்பிப்பதற்கான தொடக்க சான்றிதழை பெற்ற உடன் உறுப்பினர்களுக்கான கூட்டம் நடைபெறும் வியாபார சட்டத்தின்படி தொழில் தொடக்க சான்றிதழை பெற்ற திகதியிலிருந்து ஒருமாதத்தில் ஆனால் ஆறு மாதத்திற்குள் கட்டாயமாக இக்கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும். ஆகையினால் இது சட்டப்படி நடாத்த வேண்டிய கூட்டம் எனக் குறிப்பிடப்படுகின்றது. வருடாந்த பொதுக் கூட்டத்தைப் பொருத்தமட்டில் இது ஒவ்வொரு வியாபார



அமைப்பும் ஆண்டுதோறும் இக்கூட்டத்தை நடாத்த வேண்டும். வியாபார சட்டத்தின்படி பதிவு செய்யப்பட்ட அனைத்து கம்பனிகளும் கட்டாயமாக இக்கூட்டத்தை நடாத்த வேண்டும்.

வியாபார நிறுவனத்தின் உறுப்பினர்கள் கூட்டும் சாதாரண கூட்டங்கள் தவிர்ந்த ஏனைய கூட்டங்கள் அனைத்தும் சிறப்புப் பொதுக் கூட்டம் என்பதில் அடங்குகின்றது. மிக அவசரமான முடிவுகளை எடுக்க வேண்டிய தேவை ஏற்படும் போது அம் முடிவுகளை பற்றி பல்வேறு கோணத்தில் விவாதித்து முடிவுகள் எடுப்பதற்காக கூட்டப்படுகின்றது. வருடாந்த பொதுக்கூட்டத்தின் போதும் இவ்வாறான முடிவுகள் எடுக்கப்படுகின்றது எனக் குறிப்பிட்டாலும் ஒரு வருடம் வரையும் காலம் தாழ்த்த முடியாத சில விடயங்கள் பற்றி முடிவு எடுப்பதற்காகவே இவ்விஷை கூட்டம் நடாத்தப் படுகின்றது.

## II. இயக்குனர் அவைக் கூட்டம் (Board Meetings)

வியாபார நிறுவனங்கள் அல்லது ஏனைய அமைப்பு சார்ந்த நிறுவனங்களை பொறுத்தவரையில் அவற்றின் செயற்பாடுகள் பல்வேறு பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டு அவை ஒவ்வொன்றிற்கும் ஒவ்வொரு இயக்குனர் நியமிக்கப்படுவர். அன்றாட நடவடிக்கைகள், நிர்வாக நடைமுறைகள் என்பன இவ்விடக்குனர்களின் மேற் பார்வையின் கீழ் நடைபெறும். பிரிவுகள் வேறு வேறாக பிரிக்கப் பட்டிருந்தாலும் நிறுவனம் ஒரு மேலாளரின் கீழ் இயங்குவதால் அனைவரும் கூட்டாக செயற்படுவது அவசியமாகின்றது. ஆகவே நிறுவனத்தின் எந்த ஒரு செயற்பாட்டினையும் அனைத்து இயக்குனர் களும் கலந்தாலோசித்து செயற்படுவது மிக முக்கியமானதாகும். இவ்வாறு கலந்தாலோசிப்பதற்காக அனைவரும் ஒன்று கூடும் கூட்டமே இயக்குனர் அவைக் கூட்டமாகும்.

நிறுவனங்களில் அதிகமாக நடை பெறுவது இயக்குனர்வைக் கூட்டமாகும். இயக்குனர்கள் அவ்வப்போது கூடி கம்பனியின் நடவடிக்கைகள் பற்றிய கொள்கை முடிவுகளை எடுத்தல் வேண்டும். அப்போது தான் நிறுவனத்தின் நிர்வாகம் மிகச் சிறப்பாகவும்

ஒழுங்காகவும் நடைபெறும். ஒரு நிறுவனத்தின் வளர்ச்சிக்கு மிக முக்கிய காரணம் அதன் நிர்வாக அமைப்பே. எனவே இக்கூட்டம் அடிக்கடி கூட்டப்பட்டு வியாபார நடவடிக்கைகளையும் நிர்வாக ஒழுங்குகளையும் பரிசீலனை செய்தல் அவசியம். ஆகவே இயக்குனர் அவைக்கூட்டம் என்பது ஒரு வியாபார நிறுவனத்தை இயக்கிச் செல்லும் உந்து சக்தியாக விளங்குகின்றது.

இயக்குனர் அவைக்கூட்டம் எவ்வாறு நடாத்த வேண்டும்: நடாத்த வேண்டிய சந்தர்ப்பங்கள் யாவை? கூட்டத்தின் விதிமுறை ஒழுங்குகள் என்ன? கூட்டத்தின் போது எடுக்க வேண்டிய முடிவுகள் என்பன பற்றிய சட்டபடியான விதிமுறைகள் காணப்படுகின்றன. இவ்விதி முறைகள் அடங்கிய கோவையினை நடைமுறை ஆணைகள் எனக் குறிப்பிடுவர். இக்கூட்டத்தை தேவையான சந்தர்ப்பங்களிலெல்லாம் நடாத்துவதற்கு இயக்குனர் அவைக்கு முழு அதிகாரமும் உரிமையும் உண்டு. ஆகவே இந்த உரிமையினையும் அதிகாரத்தையும் பயன்படுத்தி சரியான முடிவுகளை எடுக்கும் எந்த ஒரு நிறுவனமும் தோல்வியடைவதில்லை.

கடன்பத்திரதாரர் கூட்டமும் கடன்கொடுத்தோர் கூட்டமும் உறுப்பினர்களின் கூட்டம், இயக்குனர்வைக் கூட்டம் என்பவற்றைப் போன்று முக்கியத்துவம் பெறுவதில்லை. ஏனெனில் இவை பெரும் பாலும் நடைபெறுவதில்லை. கடன்பற்றிய நிபந்தனைகளில் ஏதேனும் மாற்றம் செய்ய விரும்பினாலும் பழைய வட்டி பாக்கிகளை தள்ளுபடி செய்ய விரும்பினாலும் மட்டுமே இக்கூட்டங்கள் நடாத்தப்படுகின்றன. கடன் கொடுத்தோர் கூட்டம் நிறுவனத்தின் கூட்டத்தின் ஒரு வகையாக குறிப்பிடப்பட்டாலும் அதனை அவ்வாறு குறிப்பிட முடியாது. ஏனெனில் நிறுவனம் நொடித்துப்போன நிலையில் நிறுவனம் விரும்பினால் மட்டுமே இக்கூட்டம் நடாத்தப்படுகின்றது.

### III. கூட்டங்களின் நோக்கம்

1. தகவல்களை ஒரே நேரத்தில் பலருக்கு வழங்குவதால் நேர விரயத்தை குறைத்தல்.
2. ஏற்கனவே எடுக்கப்பட்ட முடிவைப்பற்றி விளக்கமளித்தல்.

3. புதிய ஆலோசனைகளை பெறுதலும் வழங்குதல் அநுபவங்களையும் கருத்துக்களையும் பரிமாறிக் கொள்ளுதல்.
4. பிரச்சினைகள் பற்றி கலந்துரையாடி அதற்கான தீர்வு காணல்
5. கருத்து வேறுபாடுகள், முரண்பாடுகள், மயக்கங்கள் என்பற்றிற்கு தீர்வு காணுதல்
6. பலரால் வழிமொழியப்பட்ட கருத்துக்கள் அல்லது முடிவுகளை ஆய்வு செய்து மேலாளரின் பார்வைக்கு கொண்டு வருதல்.

**IV. கூட்டமொன்று வெற்றி வரவதற்கான பத்துவழி முறைகள்:-**

1. நிறுவனங்களின் கூட்டத்திற்கு உரியவர்கள் மட்டும் அழைக்கப்பட வேண்டும்.
2. கூட்டமானது எந்த நோக்கத்திற்காக கூட்டப்பட்டதோ அந்த நோக்கத்தை விட்டு விலகிச் செல்லாதவாறு கூட்டத்தை நடாத்த வேண்டும்.
3. எந்த ஒரு அமைப்பும் நிறுவனம் சம்பந்தமான முடிவுகளை கூட்டத்தின் மூலமாக தீர்மானித்தல் நன்று.
4. காலதாமதம் ஏற்படுவதைக் கூடியவரையில் தவிர்த்து நேரத்திற்கு நிகழ்வுகள் நடைபெறுவதற்கான ஊக்குவிப்பை வழங்குதல்
5. கூட்டம் நடைபெறும் போது முழுக் கவனமும் அதில் இருக்கும் வகையில் இடையூறுகள் தவிர்க்கப்படவேண்டும் (உதாரணமாக கையடக்க தொலைபேசி உரையாடல்)
6. கூட்டத்தில் வழங்கப்படவுள்ள கருத்துக்களை சுருக்கமாக தயாரித்து (Agenda) வழங்கவேண்டும்.
7. கூட்டத்தின் நிகழ்ச்சி குறிப்புக் கோவை (Agenda) கூட்டத்திற்கு ஒருவர் ஆயத்தப்படுத்தும் வகையில் முன் கூட்டியே வழங்க வேண்டும்.
8. கூட்ட நிகழ்ச்சி கோவையில் குறிப்பிட்ட நிகழ்வுகள் ஒவ்வொன்றிற்கும் நேர அளவினை திட்டமிடல் வேண்டும்.

9. இறுதியில் கூட்டத்தின் சாராம்சங்களை கட்டாயமாக வழங்க வேண்டும்.
10. கூட்டத்தின் இறுதி நிகழ்வானது எதிர்கால சிறப்பு வெற்றி குறித்த சிறப்புத் திட்டத்துடன் நிறைவு பெறவேண்டும்.

**V. கூட்டங்களின் போது செயலாளரின் பங்கு:-**

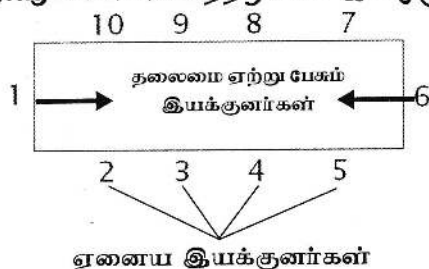
செயலாளர் என்ற பெயரிலிருந்து கூட்டங்களில் அவருடைய பங்களிப்பு என்ன என்பது தெளிவாகின்றது. அமைப்புகளில் எந்த ஒரு கூட்டமாக இருந்த போதிலும் இவரது கடமை மிகமுக்கியமானது. ஒரு கூட்டம் உரிய நேரத்தில் முறையாகவும் சிறப்பாகவும் நடைபெறுவதற்கு காரணமாக இருப்பவர் செயலாளரே. அதுமட்டுமல்ல நடைபெற்ற நடைபெறப் போகின்ற கூட்டங்களுக்காக அறிக்கையை, நிகழ்ச்சிக் குறிப்பினை தயாரிக்கும் பொறுப்பு இவருக்குரியதாகும். ஆகவே செயலாளர் பின்வரும் வகையில் தொழிற்படவேண்டியுள்ளது.

1. கூட்டத்திற்கான இடம், காலம், நேரம் என்பவற்றை திட்டமிடல்.
2. கூட்டத்திற்கான நிகழ்ச்சி நிரலைத் தயாரித்தல்
3. கூட்டத்தில் கலந்து கொள்ள வேண்டிய முக்கிய பிரமுகர்களுக்கு அறிவிப்பு அழைப்பினை வழங்குதல்.
4. நிறுவனத்தின் செயன்முறை விதிகள், மற்றும் நிறுவனத்தின் பொது முத்திரை என்பவற்றை தயார் நிலையில் வைத்திருத்தல்.
5. மேலாளர், இயக்குனர் ஆகியோரின் பார்வைக்குரிய - கையெழுத்திட வேண்டிய ஆவணங்களை காசோலைகளை தயார் நிலையில் வைத்திருத்தல்
6. வருகை பதிவேட்டில் கூட்டத்திற்கு சமூகமளித்தவர்களின் கையெழுத்தைத் தவறாது பெறுதல்.
7. கடந்த கூட்டத்தில் கலந்தாய்வு செய்த வணிக நடவடிக்கைகள் நிகழ்வுகள் என்பவற்றை அறிக்கையாக தயாரித்து வாசித்தல்.
8. கூட்டம் நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கும் போது முக்கிய நிகழ்வுகளை குறிப்பிடுத்தல். (கூட்ட நடவடிக்கை குறிப்புக்கள்)

**VI. கூட்டம் நடைபெறுவதற்கான இட ஒழுங்கமைப்பு:-**

கூட்டம் நடைபெறுவதற்கான இடம் திட்டமிட்ட நபர்களின் எண்ணிக்கைக்கமைய இடவசதி உடையதாக அமைதல் வேண்டும். உதாரணமாக அறுபது நபர்கள் இருக்க வேண்டிய ஒரு கூட்ட மண்டபத்தில் நாற்பது பேருக்கான அமர்வொழுங்கை (கதிரைகள்) செய்வது முற்றிலும் தவிர்க்கப்பட வேண்டும். கூட்டம் நடைபெறும் இடம் கூட்டத்திற்கான அனைத்து வசதிகளையும் கொண்டதாகவும் அனைத்து உபகரணங்களையும் (வெண்பலகை, பல்லுடகம்) பயன்படுத்தக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும். கூட்டத்திற்கான மண்டபம் காற்றோட்டத்துடன் கூடியதாக இருத்தல் வேண்டும். கூட்ட மேசை, கதிரைகள் அனைவருக்கும் ஏற்றவகையில் அமைய வேண்டும் உதாரணமாக கூட்டத்தில் ஒருவர் பேசும் போது பார்வையாளர் எந்தவிதமான இடையூறும் இன்றி அவரைக் கவனிக்கக் கூடிய வகையில் இருக்கை அமைதல் வேண்டும். அதனைக் கீழ் வரும் படம் விளக்குகின்றது.

**1. இயக்குனரவைக் கூட்டத்திற்கான இட ஒழுங்கமைப்பு**



**2. பொதுக் கூட்டத்திற்கான இட ஒழுங்கமைப்பு**



205970

பார்வையாளர்களான உறுப்பினர்கள் பதவி ஒழுங்கில் அமர வேண்டும்.

## 2. கலந்துரையாடல் (Group Discussions)

சிறுதொகையான நபர்கள் நேருக்கு நேராக தகவல்களை பரிமாறிக் கொள்வதற்கு ஒன்று கூடுதல். அதாவது ஒரு நோக்கத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு அது பற்றி பல்வேறு கருத்துக்களை பல நபர்கள் கூடி உரையாடுவது கலந்துரையாடல் எனப்படும்.

கலந்துரையாடல் ஆற்றல்மிக்கதாக அமைவதற்கு எத்தனை நபர்கள் தேவை எனக் கூறுவது கடினமானதாகும். இக் கலந்துரையாடலில் நபர்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்க அதிகரிக்க கலந்துரையாடலின் தன்மை வேறுபடுகிறது. அதாவது ஒரு குழுவிலுள்ளோரின் எண்ணிக்கை பத்து அல்லது அதற்கு மேற்பட்டு இருப்பின் சிலர் தமது பங்களிப்பை தவிர்த்து வெறும் பார்வையாளராகவே இருப்பர். இதனூடாக கலந்துரையாடலின் முக்கிய நோக்கம் ஒவ்வொருவரும் கதைக்க வேண்டும் என்பது தெளிவாகின்றது. எண்ணிக்கை கூடினால் இது சாத்தியமாகாது. ஆகவே ஐந்து அல்லது ஒன்பது பேர் இடம்பெற வேண்டும். இதற்கு மேற்பட்டவர்கள் இடம்பெற்றால் கலந்துரையாடல் வெற்றி பெறாது என ஆய்வுகள் குறிப்பிடுகின்றன. அதேபோன்று நபர்களின் எண்ணிக்கை ஐந்துக்கு குறைவாக இருந்தால் பல் கோண கருத்து மிகக் குறைவாக இருக்கும் ஆதலினால் நிறுவனம் கலந்துரையாடல் மூலமாக எய்த எண்ணிய இலக்கை அடைய முடியாது.

தலைவர் ஒருவர் கலந்துரையாடலில் இடம்பெறுவதில்லை. கருத்துக்களின் வீச்சே கலந்துரையாடலாக அமைவதனால் கலந்துரையாடலின் போது அதிகமான, சிறந்த கருத்துக்களை அளிக்கும் ஒருவர் தலைவராக உயரும் வாய்ப்பு ஏற்படுகின்றது. இதனால் உறுப்பினர்கள் அனைவரும் தமது கருத்துக்களை விளக்க சந்தர்ப்பம் அளிக்கப்படுகின்றது. குறித்த ஒரு செயற்பாடு பற்றிய பல்வேறு விடயங்கள் வெளிச்சத்திற்கு கொண்டு வரப்படுவதனால் எந்த ஒரு திட்டமும் நடவடிக்கையும் தெளிவான தன்மையை பெற்றுவிடுகின்றது.

பங்குபற்றும் ஒவ்வொரு நபர்களுக்கும் சுய ஒழுக்க வெளிப்பாடும் பொறுப்பும் ஊட்டப்படுகின்றது. இதனால் பங்குபற்றுபவர்கள் குறிப்பிட்ட கலந்துரையாடலில் தமது உணர்ச்சிகளுக்கோ, விருப்பு வெறுப்புகளுக்கோ இடம்கொடுக்கக் கூடாது. அதுமட்டுமன்றி தவறாது தமது பங்களிப்பை வழங்குவதோடு கலந்துகொள்ள முடியாத சந்தர்ப்பத்தில் அதனை முன்சூட்டியே அறிவிக்க வேண்டும். அவ்வாறு ஒருவர் சமூகமளிக்க முடியாத சந்தர்ப்பத்தில் கலந்துரையாடலில் பங்கு கொள்வோரில் ஒருவர் அவர் சார்பாக கருத்துக்களை வழங்க வேண்டும். கருத்துக்களை வழங்குபவர் கலந்துரையாடலை தனது ஆளுகைக்கு உட்படுத்த முயன்றால் அவருடைய உரையாடலை நாகரிகமாக நிறுத்தி இன்னொருவருக்கு வாய்ப்பளிக்க வேண்டும்.

கலந்துரையாடலின் பாதை மிக வெற்றிகரமாக அமைவதற்கு உறுப்பினர் ஒருவர் இதுவரை கலந்தாய்வு செய்த விடயத்தின் சாராம்சத்தையும் அது பற்றிய அவரது கருத்தையும் கட்டாயமாக முன்வைக்க வேண்டும். கலந்துரையாடலை பார்வையிட பார்வையாளர்களையும் அழைக்கலாம். இதனால் அவர்கள் கலந்துரையாடலை மதிப்பீடு செய்வதோடு அது பற்றிய முழுமையான அறிவையும் பெற்றுக் கொள்ள முடியும். இக்கருத்துக்களின் வலிமை மக்களை சென்றடைவது நிறுவனத்திற்கு ஒரு விளம்பரமாகவும் அமையும்.

### 3. கருத்தரங்கு (Seminar)

கருத்தரங்கு, கலந்துரையாடல், மாநாடு ஆகிய மூன்றும் குழப்பத்தைத் தரும் விடயமாகையால் ஒவ்வொன்றையும் பற்றி தனித்தனியே விளங்கிக் கொள்வது அவசியம். கருத்தரங்கு என்பது ஒரு குறித்த விடயம் சம்பந்தமான அல்லது ஒரு விடயம் பற்றிய ஒருவர் அல்லது ஒன்றுக்கு மேற்பட்டவர்கள் கருத்துக்களைத் தெரிவிப்பதாகும். ஒன்றுக்கு மேற்பட்டவர்கள் என்று கூறும்போது மூன்று அல்லது ஐந்து பேர் கருத்துக்களைக் கூறுவர். இதற்கு மேற்பட்டவர்கள் தலைப்பில் விளக்கமான கருத்துக்களைக் கூறுவதில்லை. எடுத்துக் கொண்ட தலைப்பின் அடிப்படையில் ஒருவரின் தலை

மையின் கீழ் கருத்தரங்கு நடைபெறும். ஒருவர் தலைமைத்துவத்தின் அடிப்படையில் கருத்துக்களை வெளியிட்ட பின்னர் ஏனையவர்கள் அது சம்பந்தமான ஆழ்ந்த கருத்துக்களை எடுத்துக் கூறுவர். பார்வையாளர் பலர் பங்கு கொண்டு ஆழ்ந்த அறிவு பூர்வமான கருத்துக்களை பெற்றுக் கொள்கின்றனர்.

கலந்துரையாடலில் பலரும் பல கோணக் கருத்துக்களை தமக்குரிய நேரத்தில் முன்வைப்பதுபோல இங்கு முன்வைக்க முடியாது. தலைப்பின் அடிப்படையில் கருத்துக்களை முன் வைத்த பின்னர் பார்வையாளருக்கென்று நேரம் ஒதுக்கப்படும். அப்போது தமது கருத்துக்களை முன்வைப்பதோடு சந்தேகங்களைக் கேட்டுத் தெளிவு பெறலாம். வினாக்களை எழுத்து மூலமாகவோ வாய்மொழி மூலமாகவோ வெளிப்படுத்தலாம். அதுபோல கலந்துரையாடலின் முடிவுகளும் எழுத்து மூலமாகவோ வாய்மொழி மூலமாகவோ இடம் பெறலாம். இன்று கருத்தரங்குகள் என்று கூறுப்படும்போது கல்வி சம்பந்தமான கருத்தரங்குகளே அனைவராலும் அறியப்பட்டதாக உள்ளது. கல்விப் பொதுத்தராதர, சாதாரணதரம், உயர்தரம் ஆகிய வகுப்புக்களில் பயிலும் மாணவர்களுக்கு ஒவ்வொரு பாடங்களுக்கும் வருட இறுதியில் கருத்தரங்குகள் ஏராளமாக நடைபெறுகின்றன. இதனால் செமினார் என்ற சொல் பரீட்சைக்குரிய பாடங்களுடன் சம்பந்தப்பட்டதாகவே அனைவராலும் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டுள்ளது. ஆனால் வியாபார நிறுவனங்களில் கருத்தரங்குகளின் உபயோகம் மிக முக்கியமானதாகும்.



அத்தியாயம் - 05

## அறிக்கை

அறிக்கை என்று கூறும் போது எம்மத்தியில் கூட்டங்களுக்காக வரையப்படும் ஒரு விரிவான விளக்க முறையினையே கருத்திற் கொள்கின்றனர் அறிக்கை என்ற சொல்லுக்கு பின்னால் வருவது என்று பொருள் கொள்வர். இது கூட்ட அறிக்கைகளைக் கருத்திற் கொண்டு கூறப்பட்டதாகும். ஆனால் கூட்டங்களுக்கு முன்னரும் பின்னரும் அறிக்கை எழுதப்படுகின்றது. எனினும் வேறும் பல சந்தர்ப்பங்களில் அறிக்கைகள் எழுதப்படுகின்றன. வியாபார நிறுவனங்கள் செய்திகளை மிக விளக்கமாக சொல்வதற்கு பயன்படுத்தும் மிக முக்கியமான தொடர்பாடல் முறை அறிக்கை ஆகும். குறிப்பிட்ட விடயம் தொடர்பான விளக்கங்கள், தரவுகள், தகவல்கள், குறிப்புகள், கருத்துக்கள் என்பவற்றை திரட்டி விளக்கமாக எழுதப்படுவது அறிக்கை எனக் கொள்ளப்படுவதனாலும் பல்வேறு சந்தர்ப்பங்களில் வரையப்படுவதனாலும் அறிக்கை என்பதற்கு ஒரு வரைவிலக்கணம் கூறமுடியாதுள்ளது.

அறிக்கை ஒன்றை தயாரிக்கும் போது பல்வேறு விடயங்கள் கருத்தில் கொள்ளப்பட்டு எழுதப்பட வேண்டும். தெளிவு, துல்லியம், உண்மை, பொருத்தமான தன்மை, வாசகரை நோக்கும் தன்மை என்பவற்றை கொண்டதாக இருக்க வேண்டும்.

**குறிப்பு:-** கடிதம் எழுதும் போது கவனிக்கப்பட வேண்டிய விடயங்கள் பல இதற்கும் பொருந்தும். (பக்கம் 88 பார்க்க)

அறிக்கைகள் பல்வேறு வகைப்படுகின்றன. அவை வருமாறு:-

1. கூட்டஅறிக்கை
2. செய்தி அறிக்கை
3. பத்திரிகை அறிக்கை
4. ஆய்வறிக்கை

5. தகவல் அறிக்கை
6. பருவ அறிக்கை
7. வளர்ச்சி அறிக்கை
8. முறைபாட்டு அறிக்கை
9. புள்ளிவிபர அறிக்கை
10. விஷேட அறிக்கை

### 1. மாதிரி அறிக்கை

விற்பனை வீழ்ச்சியை பெருக்குவதற்கான மேலாளரின் அறிக்கை

சூரியா பிரஷர் குக்கர் நிறுவனம்,  
இலங்கை கிளை,  
காலி வீதி,  
கொழும்பு  
29.09.2007

சூரியா பிரஷர் குக்கர் தயாரிப்பாளர்  
தில்லை நகர்,  
சென்னை.

அன்புடையீர்

விற்பனை வீழ்ச்சியை விளக்கி விற்பனையை பெருக்கு  
வதற்கான அறிக்கை.

நமது தயாரிப்புகளான பிரஷர் குக்கர்களின் விற்பனை  
தற்போது கணிசமான அளவு வீழ்ச்சியடைந்து உள்ளது என்பதை  
குறிப்பிடுவதற்கு வேதனையாக உள்ளது. எனினும் அதனை  
தெரிவிக்க வேண்டிய கடப்பாடு எனக்குண்டு. சந்தையில் இது  
வரையிலும் எமது பிரஷர் குக்கர்களுக்கே கேள்வி அதிகமாக

இருந்தது. இதனால் வாடிக்கையாளரின் தேவையை சமாளிக்க முடியாதவாறு விற்பனைப் பெருக்கம் காணப்பட்டது. ஆனால் இன்று நிலைமை தலைகீழாகியுள்ளது. ஆம் எமது குக்கருக்கு பதிலாக விற்பனையாளர்கள் வேறு ஒரு நிறுவனத்தின் குக்கரைப் பெருமளவில் கொள்வனவு செய்கின்றார்கள்.

தற்போது திருச்சி அண்ணாசாலையிலிருந்து வரும் சத்ரா பிரஷர் குக்கருக்கே கேள்வி அதிகம். அதற்கு அடிப்படைக் காரணம் எமது குக்கரைவிட அது மிக சிறப்பான முறையில் தயாரிக்கப்பட்டு சந்தைக்க அறிமுகமாகியுள்ளது.

புதிதாக ஆரம்பித்துள்ள இந்நிறுவனத்தின் பிரஷர் குக்கரில் புதிய அம்சங்களும், நுட்பங்களும் காணப்படுகின்றன. குறிப்பாக அதிகளவான நீராவியை வெளிப்படுத்துவதற்கான அம்சம் ஒன்று இதில் இடம்பெற்றுள்ளது. இதுவரை பாதுகாப்பு வால்வு (Safety Valve) இறப்பரினால் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது. ஆனால் புதிய தயாரிப்பில் இது உலோகத்தால் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது.

குக்கரும் தரமான எவர்சில்வரில் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளமையினால் பார்ப்பதற்கு மிகவும் அழகாக உள்ளது. இதனால் இல்லத்தரசிகள் எளிதில் கவர்ப்புகின்றார்கள். பல்வேறு அளவுகளில் காணப்படுவது மட்டுமன்றி அதற்கு உள்ளே வைத்து சமைக்கக் கூடிய பாத்திரங்கள் மிக அழகிய வடிவில் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளன. ஆவியில் அவிக்கும் உணவுப் பொருட்களுக்காக தனியான ஒரு தட்டு இடம்பெற்றுள்ளது. வர்ணங்களிலான கைப்பிடி அழகிய வடிவமைப்பு கொண்டதாக உள்ளது. குக்கரும் ஒரே வடிவில் இல்லாமல் பல்வேறு வடிவங்களில் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது. இத்தகைய சிறப்பான அம்சங்கள்தான் அந் நிறுவனத்தை நோக்கி விற்பனையாளர் படையெடுக்கக் காரணமாக உள்ளது. எனவே எமது பொருளையும் இதுபோல பிரதி பண்ணி செய்யாது இதைவிட மேலதிக நுட்பமான அம்சங்களைக் கொண்டு தயாரிக்க வேண்டும். புதுமைகளை விரும்பும் மக்களுக்கேற்ற வகையில் நாமும் உற்பத்தியில் அடிக்கடி புதுமைகளை புகுத்த வேண்டும் என்பதை உங்களின் கவனத்திற்கு கொண்டு வருகிறேன்.

நமது தயாரிப்பின் விற்பனையை பழைய நிலைக்கு கொண்டு வந்து அதனை மேலும் பெருக்க வேண்டுமானால் நாம் பின்வரும் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

- I. நமது உற்பத்திப் பொருள் மிகச் சிறப்பாக புதிய நுட்பங்களைக் கொண்டு நவீன முறையில் வடிவமைக்கப்பட வேண்டும்.
- II. வாடிக்கையாளர் தமது பழைய பழுதடைந்த பிரஷர் குக்கரை கொடுத்து புதியதைப் பெற்றுக் கொள்ள வாய்ப்பளிக்கப்பட வேண்டும்.
- III. குறைந்த விலை, விலைக் கழிவு, விஷேட சலுகை என்பன விற்பனையாளரால் வாடிக்கையாளருக்கு வழங்கப்பட வேண்டும்.
- IV. எமது நிறுவனத்தின் காட்சியறை மெருகூட்டப்பட்டு விஸ்தரிக்கப்பட வேண்டும்.
- V. எமது நிறுவனத்தின் உற்பத்தியான சூரியா பிரஷர் குக்கருக்கான விளம்பரம் மக்களை இலகுவாக சென்றடையும் வகை செய்யப்பட வேண்டும்.

மேற்குறித்த யோசனைகளை விரைவில் செயற்படுத்தி எமது புத்தாக்க உற்பத்தியை சந்தையில் அறிமுகப்படுத்தி எமது விற்பனையை மேம்படுத்துமாறு கேட்டுக் கொள்கின்றேன்.

இப்படிக்கு,  
மேலாளர்

## 2. மாதிரி அறிக்கை

பனாமா கைவினைப் பொருள்கள் தொழிற்சாலை,  
பிரதான வீதி,  
குருநாகல்.

**பனாமா தொழிற்சாலையின் சமூக சேவையுடனான சிரமதானப் பணி**

கனம்!

ஆசிரியர் அவர்களுக்கு

பனாமா கைவினைப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்து விநியோகிக்கும் எமது தொழிற்சாலையின் உரிமையாளர் நிர்வாகிகள், பணியாளர் ஆகிய அனைவரும் ஒன்றிணைந்து எமது பிரதேசத்தின் சூழலை தூய்மையாக்குவதற்கு மேற்கொண்ட சிரமதான பணிக் குறித்து இந்நிறுவனத்தின் செயற்பாட்டுக் குழுவின் செயலாளர் என்ற முறையில் இவ்வறிக்கையை தினமாலை பத்திரிகைக்கு சமர்ப்பிக்கின்றேன்.

13.03.2008 சுற்றறிக்கை மூலமாக எமது நிறுவனத்தை சேர்ந்த அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கும் இச்சிரமதான பணி பற்றி அறிவிக்கப்பட்டது. அதன்படி 13.03.2008 அன்று காலை 9.00 மணிக்கு பனாமா தொழிற்சாலை இயக்குனர் தலைமையில் எமது சிரமதானப் பணிகள் ஆரம்பமாயின. எமது நிறுவனத்திலிருந்து ஆரம்பமான இந்நடவடிக்கை தொடர்ந்து 3 வாரங்களாக ஒவ்வொரு பிரிவினராலும் மேற்கொள்ளப்பட்டது. ஒவ்வொரு பிரிவிலும் 25 பேர் இடம் பெற்றிருந்தார்கள். இதில் உயர் அதிகாரிகள் முதல் பணியாளர் வரை அங்கத்துவம் வகித்தனர். 500க்கு மேற்பட்டோர் தொழில் புரியும் இந்நிறுவனத்தின் ஊழியர்கள் 20 குழுக்களாக பிரிந்து நாளொன்றிற்கு இரு குழுக்கள் வீதம் தமது பணியை ஆரம்பித்தார்கள்.

சிரமதானப் பணியானது சுற்றாடல் தூய்மை என்பதை மையமாகக் கொண்டு ஆரம்பிக்கப்பட்டமையினால் ஒரு பிரிவினர் குடி நீர்பரப்புகளையும் மற்றுமொரு பிரிவினர் குப்பை கூளங்களையும் அகற்றுவதில் ஈடுபட இவர்களுடன் பொதுமக்களும் பெருந் தொகையாக இணைந்து கொண்டனர். மலசல கூடம், நீர் குட்டைகள், பள்ளங்கள், குழிகள் என்பவற்றில் நீர் தேங்கி அசுத்தமாக காணப் படுவதை துப்பரவாக்கினர்.

நிறுவனத்தின் ஊழியர்களுடன் பொதுமக்கள் இணைந்து செயற்பட்டமை ஒரு மாபெரும் சக்தியாக அமைந்தது. பாடசாலை மாணவர்களையும் ஈர்த்தது. மக்கள் சக்தி மாபெரும் சக்தி என்பதற்கமைய பிரதேசமே சிரமதான பணிக்கு கைக்கொடுக்க முன்வந்தது. பல தொழில் நிறுவனங்கள் துப்பரவு பணிக்கான உபகரணங்களை கொடுத்துதவின. இன்னும் சில தொழில் அதிபர்கள் சிரமதான பணியில் ஈடுபடுவோருக்கு உணவுப் பொருட்களையும் குளிர்பானங்களையும் வழங்கினர். இந்த ஒத்துழைப்புகள் பாரியளவில் கிடைத்ததால் சிரமதானப் பணி மிகச்சிறப்பாக நடைபெற்றது. இதனால் பிரதேசம் அடையாளம் காண முடியாதவாறு சொர்க்க பூமியாக காட்சியளித்தது.

நிறுவனம் சமூக சேவைகளில் சிறு பங்களிப்பு செய்ய வேண்டும் என ஆரம்பித்த இச்சிரமதான பணி பாரியளவில் முன்னெடுத்துச் செல்லப்படும் என்பதை எவரும் எதிர்பார்க்கவில்லை. ஏனெனில் சிரமதானப் பணிக்கு அப்போது கைக்கொடுத்ததோடு நின்று விடாது தொடர்ச்சியாக பிரதேசத்திற்கு பல சுற்றுப்புற தூய்தாக்கல் நடவடிக்கைகளுக்கு தேவையான ஆக்க பூர்வமான செயற்பாடுகளைச் செய்தனர்.

பொது இடங்களில் குப்பைகளை கண்டபடி கொட்டுவதனால் தான் பிரதேசம் குப்பைக் காடாக காட்சியளிக்கின்றது என்பதை

உணர்ந்து சிலர் நிரந்தரமான குப்பைத் தொட்டிகளையும் இறப்பர் வாளிகளையும் பொது இடங்களில் அமைத்து உதவினர். இன்னும் சிலர் பொது மலசலகூடங்களையும் குடிநீர் வசதிக்கான குடிநீர் குழாய் வசதிளையும் ஏற்படுத்திக் கொடுத்தனர். வடிகாலமைப்புகளை ஜனதா இரும்புறுக்கு நிறுவனம் ஒழுங்கமைத்துக் கொடுத்தது.

மக்கள், மாணவர், பொது அமைப்புகள் வேறும் பல வியாபார நிறுவனங்கள் அனைத்தும் ஒன்றிணைந்து இச் சிரமதான பணியினை பாரியளவில் எடுத்துச் சென்றிருந்தாலும் இங்கு பேசப்பட்ட பெயர் பனாமா! தொழிற்சாலையின் பெயர் இச் சிரமதானத்தினால் உரு வாக்கப்பட்ட மலசல கூடங்கள், நீர்தாங்கிகள், குப்பைத் தொட்டிகள் எல்லாவற்றிலும் பொறிக்கப்பட்ட பெயர் பனாமா தொழிற்சாலையின் பெயர்; மக்கள் மனதில் இடம் பிடித்துக் கொண்டது பனாமா! இவ்வாறு தனது நிறுவனத்தின் பெயரை மக்கள் மத்தியில் குறியீடாக பதியவைப்பதற்கு இப் பொதுப் பணி உதவியது. பல கோடி ரூபாய் செலவழித்து விளம்பரம் செய்வதால் ஏற்படுத்த முடியாத விற்பனை பெருக்கத்தை இந்த சிரமதானப்பணி ஏற்படுத்தியது. ஆகவே ஒவ்வொரு நிறுவனங்களும் இப்படியான சமூகப்பணிகளில் ஈடுபட்டால் தேசமும் நாடு நலம் பெறுவதோடு வியாபார நிறுவனங்களும் உயர் நிலை அடையும். நாம் பெற்ற இந்த பெரும் பேற்றை அனைத்து வியாபார நிறுவனங்களும் அமைப்புக்களும் பெறவேண்டும் என்பதற்காகத்தான் இதனை அறிக்கையாக எழுதி பத்திரிகைக்கு சமர்ப்பிக்கின்றேன்.

நன்றி

இப்படிக்கு,

ப.கருணா

(பனாமா செயற்பாட்டுக்குழு செயலாளர்)

✽ சுற்றறிக்கை / சுற்றறிக்கைக் கடிதம்

iii. சுற்றறிக்கை: -

சுற்றறிக்கையானது எழுத்து மூலமான உள்ளகத்தகவல் தொடர்பு முறையாகும். நிறுவனத்திற்குள் உடனடியாக செய்தியை அறிவிப்பதற்கு சுற்றறிக்கை தயாரிக்கப்பட்டு நிறுவன ஊழியர் மூலமாக நிறுவனத்திலுள்ளோருக்கு அச்செய்தி அறிவிக்கப்படுகின்றது.

நிறுவனத்தில் திடீரென தீர்மானிக்கப்படும் கூட்டங்கள், விடுமுறைகள், நிகழ்வுகள் என்பவற்றிற்கு சுற்றறிக்கை தயாரிக்கப்படுகின்றது. நிறுவனத்தை சேர்ந்த ஒருவர் இறந்து விட்டால் அவரது குடும்பத்திற்கு உதவுவதற்காக நிதிசேகரிக்கும் பட்சத்தில் அல்லது அவருடைய இறுதிச்சடங்கில் கலந்து கொள்வது பற்றிய தீர்மானம் எடுப்பதற்கு ஒருகூட்டத்தை கூட்ட வேண்டுமாயின் அச்செய்தி சுற்றறிக்கை மூலமாகவே நிறுவனத்திலுள்ளோருக்கு அறிவிக்கப்படுகின்றது.

பின்வரும் பல சந்தர்ப்பங்களில் சுற்றறிக்கை வரையப்படுகின்றது.

1. நிறுவன ஊழியர் ஒருவின் திடீர் மரணம்
2. விஷேட நிகழ்வொன்றிற்கான அறிவித்தல் (தேநீர்-விருந்துபசாரம்.)
3. ஒருவர் பதவிவிலகிச் செல்வதற்கான பாராட்டுவிழா பற்றி முடிவெடுத்தல்.
4. விஷேட கூட்டத்திற்கான அறிவித்தல்
5. விஷேட விடுமுறை பற்றிய அறிவித்தல்
6. பண்டிகை விஷேட கொடுப்பனவு பற்றிய அறிவித்தல்

என இது போன்ற சந்தர்ப்பங்களில் சுற்றறிக்கை வரையப்படுகின்றது. சுற்றறிக்கை மிக மிக சுருக்கமாக வரையப்படும் ஒரு தொடர்பாடல் முறையாக இருப்பதனால் இது நிறுவனத்திற்குள் மிகுந்த வரவேற்பினைப் பெறுகின்றது. நிறுவன ஊழியர் ஒருவர்



மூலமாக நிறுவனத்திலுள்ள அனைவரினதும் பார்வைக்கு சுற்றறிக்கை செய்தி அனுப்பப்படுகின்றது. ஒருவர் அதிலுள்ள செய்தியை பெற்றுக் கொண்டதற்கு சாட்சியாக தன்னுடைய கையெழுத்தினையும் இடுவதால் செய்தியானது தவறாமல் அனைவரையும் சென்றடைகின்றது. ஒரு நிறுவனத்தின் செய்தியானது தவறாமல் அனைவரையும் சென்றடையும் போது அது நிறுவனத்திற்குள் சிறந்த நட்புறவு ஏற்பட வழிவகுக்கின்றது. சில சந்தர்பங்களில் தனிப்பட்ட ஒவ்வொருவர் சம்பந்தமாகவும் சுற்றறிக்கை தயாரிக்கப்படுவதனால் அவர் நிறுவனத்தின் மீது பற்றுதல் கொள்வதுடன் நிறுவனத்திற்கு விசுவாசமாக பொறுப்புணர்ச்சியுடன் தன் கடமைகளைச் செய்கின்றார். இதனால் உள்ளகத் தொடர்பாடல் முறைகளுள் ஆற்றல்மிக்கதாக சுற்றறிக்கை அமைவதோடு நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கு பல வழிகளில் துணைபுரிகின்றது. இதனால் ஒரு வியாபார நிறுவனத்தில் பின்பற்றப்படும் தொடர்பாடல் முறைகளுள் சுற்றறிக்கை தனித்துவமான இடத்தைப் பெறுகின்றது.

iv. மாதிரி சுற்றறிக்கை:-

**சிறப்பு கூட்டத்திற்கான சுற்றறிக்கை**

ஹட்சன் நிறுவனம்  
20-09-2007

எமது நிறுவனத்தில் கடந்த 25 ஆண்டுகள் கடமை புரிந்து ஓய்வு பெற்றுச் செல்லும் திருமதி. அ. கஸ்தூரி அவர்களின் பிரியாவிடை சம்பந்தமாக கலந்தாலோசிப்பதற்கு அனைவரையும் அன்புடன் அழைக்கின்றேன்.

நன்றி

இப்படிக்கு,  
தலைவர்,  
ஹட்சன் உரிமையாளர்

இடம் : கேட்போர் கூடம்  
காலம் : 21.09.2007 பகல் 1.00மணி  
பார்வையின் பின் கையொப்பமிடுக.

v. சுற்றறிக்கைக் கடிதம்: -

நிறுவனத்தின் கொள்கை, கட்டமைப்பு, வணிகம் நடைபெறும் இடம் போன்ற அடிப்படை மாற்றங்கள் ஆகிய அனைத்தையும் வாடிக்கையாளருக்கு அறிவிக்க வேண்டிய தேவை ஏற்படும் பொழுது பயன்படுத்தப்படும் எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பு முறையே சுற்றறிக்கைக் கடிதமாகும். இத்தகைய சூழ்நிலையில் பெருந் தொகையான வாடிக்கையாளருக்கு செய்தி அறிவிக்க வேண்டிய தேவை இருக்கின்றது. இந்நிலையில் செய்தி ஒன்றாக இருப்பதனால் முகவரியை மட்டும் மாற்றி எழுதிக் கொண்டு அதனை பிரதி எடுக்கவோ அச்சிடவோ முடியும். ஆகவே சுற்றறிக்கைக் கடிதம் தயாரிப்பது மிக இலகுவானதும் சிக்கனமானதுமாகும்.

சுற்றறிக்கைக் கடிதங்கள் எழுதப்படும் சந்தர்ப்பங்கள்:-

1. புதிய வர்த்தகம் ஒன்றை ஆரம்பித்தல்.
2. புதிய பங்குதாரரை அனுமதித்தல்.
3. வர்த்தக ஸ்தாபனத்தின் முகவரிமாற்றம்
4. பொருட்களுக்கான விலை குறைப்பு மற்றும் தள்ளுபடி
5. புதிய பொருட்கள் - திட்டங்கள் அறிமுகம்
6. பங்குடமையை தனியுடமையாக மாற்றுதல்

v. மாதிரி சுற்றறிக்கைக் கடிதம்

அவை அச்சகம்,  
50, கே. கே. எஸ் வீதி,  
கொழும்பு - 10.  
20-09-2007

அன்புடையீர்

புதிய தொழில் நிறுவனத்தை ஆரம்பித்தல்

(15-10-2008 புதன்காலை) நாம் மேற்கண்ட முகவரியில் மிகப் பிரமண்டமான புத்தக நிலையம் ஒன்றை ஆரம்பிக்க உள்ளோம் 'அவை' புத்தக நிலையத்தில் அனைத்து மொழிகளிலுமான பிரபல எழுத்தாளர்களின் எல்லா புத்தகங்களையும் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

பாடசாலை மாணவர்களுக்கு தேவையான சகல புத்தகங்களையும் பெற்றுக் கொள்வதோடு அவர்களுக்கு தேவையான அனைத்து கற்றல் உபகரணங்களையும் எம்மிடம் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

மொத்தமாகவும் சில்லறையாகவும் பெற்றுக் கொள்வதற்கான இரு பிரிவுகள் இங்கு அமையப் பெற்றுள்ளன. திறப்பு விழாவின் போது கொள்வனவு செய்வோருக்கும் விஷேட சலுகையும் சிறப்புக் கழிவும் அளிக்கப்படும். திறமையான சேவையாளர்களால் உங்கள் தேவைகள் உடனுக்குடன் கவனிக்கப்படும். அனைவரையும் வருக வருக என்று அன்புடன் அழைக்கின்றோம்.

இப்படிக்கு,  
உரிமையாளர்களும்  
ஊழியர்களும்.

அத்தியாயம் - 06

## நேர்முகப் பரீட்சை / நேர்முகத்தேர்வு

குறித்த தொழில் ஒன்றிற்கு விண்ணப்பித்த ஒருவர் அவருடைய விண்ணப்பத்தில் குறிப்பிட்ட விபரங்கள் - தகைமைகள் சரியானவையா என்பதை பரீட்சிப்பதும், அவற்றை முலம்பிரதிகளுடன் ஒப்பிடுவதும், விண்ணப்பதாரரின் ஆற்றல், ஆளுமை என்பவற்றை வினாக்கள் தொடுத்து பரீட்சிப்பதும் நேர்முக பரீட்சையாகும்.

நேர்முகப்பரீட்சை / நேர்முகத்தேர்வு எனக்குறிப்படும் போது அதனை நேர்காணல் என்பதுடன் உள்ளடக்குகின்றனர். நேர்காணல் என்பது பேட்டி நிகழ்வினைக் குறிப்பதாகும். நேர்முகப் பரீட்சையானது பின்வரும் நிலைகளில் நடைபெறுகின்றது.

### 1. முதற்கட்டம் - தொடக்கநிலை

நேர்முகப் பரீட்சைக்கான ஆயத்தம்:-

- i. நேர்முகப்பரீட்சைக்கான கடிதம் கிடைத்தவுடன் அதனை பல முறை வாசித்து அதில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள விபரங்களை கிரகித்துக் கொள்ள வேண்டும்.
- ii. கடிதத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள ஆவணங்கள் சான்றிதழ்கள் என்பவற்றை ஆயத்தப்படுத்தி அவற்றை கடிதத்தில் கேட்கப்பட்டுள்ள ஒழுங்கின்படி கோப்பிலிட்டு ஆயத்தமாக வைத்தல் வேண்டும்.
- iii. நேர்முகப் பரீட்சைக்கான உடைகளை தயார்படுத்தி வைத்தல். (இவ்வாடைகள் ஆடம்பரமில்லாமல் மெல்லிய நிறத்தில் அமைய வேண்டும். தேவையற்ற ஆடம்பரமான ஒப்பனைகள் தவிர்ந்து எளிமையாக செல்வது மிகப்பொருத்தமாகும்.)
- iv. மனரீதியாக தன்னை தயார் படுத்தல். (பதற்றம், மனத்தடுமாற்றம் தேவையற்ற மனகுழப்பங்கள் என்பவற்றை தவித்துக் கொள்ளும் வகையில்)

- v. நேர்முகப் பரீட்சை நடைபெறும் இடம் எங்கே அமைந்துள்ளது, தனது இருப்பிடத்திலிருந்து எவ்வளவு தூரத்தில் அமைந்துள்ளது, அங்கு செல்வதற்கு எடுக்கும் நேரம் என்பவற்றை அறிந்து கொள்ளல்.
- vi. வேலைக்கு விண்ணப்பித்த நிறுவனத்தின் வியாபார நடவடிக்கைகள் பற்றி அறிந்து வைத்துக் கொள்வது நேர்முகப் பரீட்சையின் போது வினாக்களுக்கு விடை அளிக்க இலகுவாக இருக்கும்.

## 2. ஆரம்பநிலை:-

நேர்முகப் பரீட்சை நடைபெறும் ஒரு சில மணித்தியாலங்களுக்கு முன்னராகும்.

- i. தேவையற்ற ஆடம்பரமான ஒப்பனைகள் தவிர்த்து எளிமையாக மெல்லிய ஆடை அணிந்து கொண்டு செல்வது மிகப் பொருத்தமாகும்.
- ii. நேர்முகப் பரீட்சைக்கான கடிதம் அதில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள ஆவணங்கள் என்பவற்றை மீண்டும் ஒருமுறை சரிபார்த்துக் கொள்ளுங்கள்.
- iii. நேர்முகப் பரீட்சை நடைபெறுவதற்கு பதினைந்து நிமிடத்திற்கு முன்னர் சமூகமளித்துவிட வேண்டும். இது உங்களுடைய ஒப்பனை ஆடைகள் என்பவற்றை சீர்படுத்திக் கொள்ளவும் பதற்றத்தை போக்கவும் நேர்முகப் பரீட்சையை நிதானமாக எதிர்கொள்ளவும் உதவியாக இருக்கும்
- iv. பரீட்சை மண்டபத்திற்கு வெளியே உங்களுடைய இலக்கத்தின் ஒழுங்குபடி அமர்ந்து கொண்டு அழைப்பிற்காக காத்திருங்கள். அழைப்பில் கவனமில்லாது உங்கள் சிந்தனை வேறு திசையில் இருக்குமானால் உங்களுடைய இலக்கம் அழைக்கப்படுவது சிலசமயங்களில் உங்கள் காதுகளில் விழாது.
- v. உங்களுடைய கையடக்க தொலைபேசியின் செயற்பாட்டை துண்டித்து வைத்துக்கொள்ளுங்கள்.

### 3. இரண்டாவது கட்டம்:-

நேர்முகப் பரீட்சை நடைபெறும் தருணம்.

1. உங்கள் இலக்கம் அழைக்கப்பட்டவுடன் அறைக் கதவினை மெதுவாக திறந்து அனுமதி பெற்றுக் கொண்டு உள்ளே செல்லுங்கள்.  
“மன்னிக்கவும் உள்ளே வரலாமா? (“Sorry May I Come in?”)
2. பரீட்சிப்பவரின் அருகில் சென்று மிக மென்மையாக உங்கள் வணக்கத்தைத் தெரிவியுங்கள். அவர் ஆசனத்தில் அமருமாறு கூறிய பின்னரே அமருங்கள். மிக அடக்கமாக அமருங்கள். (கதிரையை சத்தமாக இழுத்து விட்டு அலட்சியமாக அமருதல் என்பவற்றைத் தவிர்த்துக் கொள்ளுங்கள்.)
3. அவரது அடுத்த கேள்விக்காக பொறுமையாக காத்திருங்கள். உதாரணமாக வினாக்கள் தொடுக்கலாம் அல்லது உங்களுடைய ஆவணங்களை காட்டுமாறு கேட்கலாம். ஆவணங்களை கேட்கும் பட்சத்தில் அப்படியே கோப்பினை (File) எடுத்து நீட்டாது கேட்கும் ஆவணங்களை ஒழுங்காக பதற்றமின்றி சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.
4. கேட்கப்படும் வினாக்களை நிதானமாக செவிமடுத்து அதற்கான பதிலை நீங்களும் நிதானமாகவும் தெளிவாகவும் கூறவேண்டும். வினாக்கள் தொடுக்கும் போது அவை விளங்காவிட்டால் அல்லது விடை தெரியாவிட்டால் தலைசொறிதல், கையை சொடுக்குதல். மேசையை தட்டிக் கொண்டிருத்தல், வேறுவிதமான சேட்டைகள், சைகைகள் என்பவற்றை முழுமையாக தவிர்த்துக்கொள்ள வேண்டும்.
5. நீங்களாக வினாக்களை தொடுப்பதை தேவையற்ற வகையில் உரையாடுவதைத் தவிர்த்துக் கொள்ளுங்கள். உதாரணமாக இரண்டு மூன்று நபர்கள் நேர்முகப் பரீட்சையை நடாத்தும் போது அதில் ஒருவர் உங்களுக்கு அறிமுகமானவராக இருக்கலாம். அப்போது உங்களை மீறி அவரிடம் வினாத் தொடுப்பது சிக்கலை ஏற்படுத்தும்.

### 3. மூன்றாவது கட்டம்:-

நேர்முகப் பரீட்சையின் இறுதி நிலை

- i. உங்களுடைய ஆவணங்களை எல்லாம் பதற்றமின்றி மீண்டும் ஒழுங்காக கோப்பில் வைத்துக் கொண்டு பரீட்சித்தவர்களுக்கு நன்றி கூறிவிட்டு மெதுவாக எழுந்து வெளியே வரவேண்டும்.
- ii. நேர்முகப் பரீட்சை முடிந்து விட்டது தானே என்று அலட்சிய போக்குடன் எழுந்து வந்து விடாமல் மீண்டும் அமைதியாகவே அந்த அறையை விட்டு வெளியே வரவேண்டும். வரும்போது அறைக்கதவை மூடிவிட்டு வரவேண்டும்.
- iii. நேர்முகப் பரீட்சை அறையில் மட்டுமல்ல அந்த இடத்தைவிட்டு நீங்கள் வெளியில் வரும் வரை நீங்கள் அந்த நேர்முகப் பரீட்சையின் பொருட்டு கண்காணிக்கப்படுகின்றீர்கள் என்பதை மனதிற் கொள்ள வேண்டும்.

நேர்முகப்பரீட்சையினை வெற்றியாக முடித்து விட்ட நீங்கள் அத்துடன் வேலை கிடைத்து விடும் என்ற அசமந்த போக்குடன் இருந்து விடக் கூடாது. தொடர்ந்து அந்த நிறுவனத்துடன் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும். அதாவது நேர்முகப் பரீட்சைக்கு அழைத்தமைக்காக நன்றி கூறி ஒருகடிதம் எழுதலாம். தொடர்ந்து பல வாரங்களுக்கு வேலைக்கான அனுமதிக்கடிதம் வராவிட்டால் மீண்டும் அதுபற்றிய விபரங்களை எழுதி ஒருமனு அனுப்பலாம் இது உங்களுடைய ஆர்வத்தை வெளிப்படுத்த உதவுதால் நேர்முகப் பரீட்சையில் தோல்வியடைந்த நீங்கள் மீண்டும் தெரிவு செய்யப்படலாம் ஆகவே உங்களுக்கு பொறுமை என்பதும் சகிப்புத்தன்மை என்பதும் தொழில் ஒன்றை பெறுவதற்கு மிக மிக அவசியம்.

### நேர்காணல்:-

Interview என்ற ஆங்கில பதத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு நேர்காணல் / நேர்முகப்பரீட்சை என்ற இரண்டு பதங்களும் ஒரே பொருளில் நோக்கப்படுகின்றது. ஆனால் பேட்டி என்பதே நேர்காணல்

அல்லது நேர்முகம் எனப்படுகின்றது. தொழில் ஒன்றை வழங்குவதற்காக அல்லது பதவி உயர்விற்காக நேருக்கு நேர் பரிசோதிக்கின்ற ஒரு பரீட்சையாகும். இது இருவழி உரையாடலாக மட்டுமே பெரும்பாலும் அமையும் ஆனால் நேர்காணல் என்பது கேட்பவருக்கும் விடை கூறுபவருக்கும் இடையில் அமைந்த வெறும் உரையாடல் மட்டுமல்ல அது சைகைகள், பார்வைகள் மெய்ப்பாடுகள், பேச்சில் ஏற்ற இறக்கங்கள் என பலவகை வெளிப்பாடுகளுடன் அமையும் நேர்முக பரீட்சையில் இவை வெளிப்பட்டாலும் பரீட்சார்த்தி கூடியவரையில் மன உணர்ச்சிகளை மறைத்துக் கொண்டு அங்கு நேர்முக பரீட்சைக்குரிய தோரணையில் அமர்ந்திருப்பதால் நேர்காணல் சுதந்திரமானதாக அமையும்.

அரசியல், விஞ்ஞானம், சமூக சேவை, கலை, இலக்கியம், நிகழ்வுகள் என்பவற்றில் பிரபலமானவர்களை தொலைத் தொடர்பு சாதனங்களும் பத்திரிகை நிருபர்களும் பேட்டி காண்பதைக் குறிப்பிடலாம்.

### நேர்காணல் உத்திகள்:-

நேர்முக பரீட்சையின் போது பரீட்சார்த்தி தன்னை தயார் செய்து கொள்வார். ஆனால் இங்கு பரீட்சிப்பவர் தன்னை தயார் படுத்த வேண்டும். நேர்காணல்

- i. நேர் காணலுக்கு முன்
- ii. நேர் காணலின் போது
- iii. நேர் காணலின் பின் என மூன்று பிரிவாக பிரித்து நோக்கப்படுகின்றது.

### i. நேர் காணலுக்கு முன்:-

1. பேட்டியாளரின் சம்மதம், இடம், நேரம் ஆகியவற்றை உறுதி செய்து கொள்ளல்
2. நேர்காணப் பெறுபவர் தான் மட்டும் வருகிறாரா? உதவியாளர் மற்றும் பேட்டிக்கு தேவையான தகவல்களை அளிப்பதற்கு



விளக்குவதற்குரிய பொருட்கள் என்பவற்றுடன் வருகிறாரா என்பதை அறிந்து கொள்ளல் (பல்லூடகம், கரும்பலகை, படமெறி கருவி போன்றன)

3. கேள்விகளை தொகுத்து ஒழுங்குபடுத்திக் கொள்ளல்.
4. நேரம், மொழி, மொழி நடை ஆகியவை பற்றி தெளிவாக வரையறுத்துக் கொள்ளல்.

## ii. நேர் காணலின் யோது

1. போட்டியாளரின் மனநிலை, உடல் நிலை என்பன நேர்காணலுக்கு தயாராக உள்ளதா? என்பதை அறிந்து கொள்ளல்.
2. எவ்வாறு அவர் பேட்டியளிக்க விரும்புகிறாரோ அதற்கேற்ற வகையில் அவருக்கு இசைந்து கொடுத்தல்.
3. வெறும் கேள்வி பதில் முறையாக இல்லாமல் ஒரு கலந்துரையாடலாக அமைத்துக் கொள்ளல் (பிரபலங்களின் தகவல்களை நேயர்கள் அறிவதற்கு ஆர்வமுடன் இருப்பதால் இது நேயர்களை கருத்திற் கொண்டதாகவும் அமைய வேண்டும்.
4. வினாக்களை மிக மென்மையாக தொடுத்து அவராகவே பல தகவல்களை வழங்குவதற்குரிய வகையில் நேர்காணலை அமைத்தல்.
5. எமது கருத்துக்களை திணிக்காமல் அவரும் வினாக்களை தொடுக்கும் வகையில் சுவாரஸ்யமாக நேர்காணலை அமைத்தல்.

## iii. நேர் காணலின் பின் என மூன்று பிரிவாக பிரித்து நோக்கப் படுகின்றது.

1. நேர்காண முடிந்தது கடமையும் முடிந்தது என்று அவரை கைவிடாமல் தொடர்ந்து நட்புறவினை பேணல்.
2. மேலும் ஒரு மறு நேர்காணல் தேவைப்படின அவர் விருப்பத்துடன் கலந்து கொள்ள வழிசெய்தல்.

3. தன்னைப் போல பலரை இந்த நேர்காணலுக்கு தயார்படுத்திக் கொள்ளல்.

**நேர்காணலின் பயன்:-**

அறிமுகமின்றி வாழும் பல பிரபலங்களை வெளிச்சத்திற்கு கொண்டு வருகிறது. பழைய வரலாறுகள் கண்டுபிடிப்புகள் சாதனைகள் என்பன முகவரிகளுடன் வெளிப்படுத்தப்படுகின்றது. அவர்கள் சாதனை படைத்ததற்கான காரணம் அதற்காக அவர்கள் எடுத்த விடா முயற்சிகள் என்பன முன்வைக்கப்படுவதனால் இது எதிர்கால சாதனையாளர்களின் உருவாக்கத்திற்கு காரணமாக அமைகின்றது. பல ஆண்டுகளில் தான் செய்த முயற்சி அதன் பலன் என்பவற்றை சிலமணி நேரங்களில் தெளிவாக அறிந்து கொள்ள முடிகின்றது. 'மனித புத்தகங்கள் நம் வாசிப்புக்காக திறந்து வைக்கப்படும் இடம் நேர்காணல்' என முனைவர் கு. பாலசுப்பிரமணியம் அவர்கள் தன்னுடைய ஆய்வியல் நெறிகள் என்னும் நூலில் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

சோதனைகள் பலவானாலும் சாதித்துக் காட்ட வேண்டும் என்னும் நோக்கில் பிரபலங்களாகியவர்களின் வரலாறு நமக்கு பாடமாக அமைவதுடன் அவர் வழி நாமும் சென்று பல புதிய ஆய்வுகளை மேற்கொள்ள வழி அமைக்கின்றது. ஆகவே நேர்காணல் என்பது முறையானதாக அமைந்தால் அது மேலும் பல பிரபலங்களை உருவாக்கும் என்பதில் ஐயமில்லை.

அத்தியாயம் - 07

## விளம்பரங்கள்

இருபதாம் நூற்றாண்டில் வியாபார நிகழ்ச்சிகளில் விளம்பரம் பெற்றுக்கொண்ட செல்வாக்கு மிகமுக்கியமாகக் குறிப்பிடத்தக்கது. வியாபார நிறுவனம் ஒன்றை எடுத்துக் கொண்டால் அவற்றின் தாரக மந்திரமாக அது அமைகின்றது. 'விளம்பரம் கின்றேல் வியாபாரம் கில்லை' 'வியாபாரத்தின் உயிர் நாடி விளம்பரம்' என்றெல்லாம் குறிப்பிடுவதிலிருந்து வியாபாரத்திற்கு விளம்பரம் எவ்வளவு அவசியம் என்பதும் அது பெற்றுள்ள செல்வாக்கும் தெளிவாகின்றது. விளம்பரம் என்பதை

விளம்பு + அம்பரம் என பிரித்தால் விளம்பு என்பது கூறுக அம்பரம் என்பது எண்திசை என பொருள்படுகின்றது. அதனை சேர்த்து "எட்டுத் திசையும் அறியும் வண்ணம் செய்தியை அம்பலப்படுத்துவது விளம்பரம்" என தொடர்பாடல் அறிஞர்கள் குறிப்பிடுகின்றனர். ஆனால் வியாபாரத் தொடர்பாடலில் இதன் அர்த்தம் விரிவானது. ஆகவே வியாபாரத் தொடர்பாடல் பற்றி பேசும் இந்நூலில் அது பற்றி விளக்கமாகக் குறிப்பிடல் அவசியம்.

'ஒரு பொருளை அறிமுகப்படுத்தல் அதற்கு சந்தையை உருவாக்குதல், சந்தையை பேணுதல், வளர்த்தல் சந்தையில் அதன் பெயரை நிலை பெறச் செய்தல் மக்கள் மத்தியில் நிறுவனத்தின் பெயரை குறியீடாக பதியவைத்தல் ஆகிய வியாபார தொடர்பாடல் முறைகளை விளம்பரம் எனக் குறிப்பிடுவர்.'

எனினும் இது வியாபாரம் சம்பந்தமான விளம்பரங்களுக்கு மட்டுமே பொருந்தும் அரசு விளம்பரங்கள் பொதுமக்கள் விளம்பரங்கள் இதில் அடங்காது. ஆகவே விளம்பரம் என்பதற்கு பொதுவாக குறித்த ஒரு வீடயம் தொடர்பாக பாரிய மக்களை நோக்கிய பறை சாற்றுகை என விளக்கம் கூறலாம்.

ஆரம்ப காலங்களில் சாதாரணமாக சுற்றுச் சூழலில் காணப்படும் மரங்கள், பாறைகள், சுவர்கள், கற்தூண்கள் என்பவற்றை விளம்பரங்களுக்காக பயன்படுத்தினர். அல்லது முறசறைவோன் மூலமாக உயரமான இடத்திலிருந்து விளம்பரப்படுத்தினர். அல்லது பொது மக்கள் கூடும் இடங்களில் இசை, நாட்டியம், கூத்து போன்ற நிகழ்வுகள் மூலமாகவும் விளம்பரப்படுத்தினர். ஆனால் மக்கள் தொடர்பு சாதனங்களின் வருகையைத் தொடர்ந்து விளம்பரங்கள் வியத்தகு மாற்றத்தைப் பெற்றன. வியாபார நிறுவனங்கள் தமது வலிமை வாய்ந்த ஆயுதமாக விளம்பரங்களை கையாள்வதற்கு இத்தொடர்பாடல் சாதனங்களே உறுதுணையாக அமைந்தது மட்டுமல்லாமல் அத்தொடர்பாடல் சாதனங்களை இன்று எழுபத்தைந்து வீதத்திற்கு மேல் விளம்பரங்களே ஆக்கிரமித்துக் கொண்டுள்ளன. இதனால் தான் தொடர்பாடல் அறிஞர்கள் **“தொடர்புசாதனங்களுக்கு கிரண்டு சிறகுகள் அதில் ஒரு சிறகு செய்தியென்றால் இன்னுமொரு சிறகு விளம்பரம்”** என்கின்றனர்.

நேற்றைய ஆடம்பரப் பொருளினையும் இன்றைய அத்தியாவசிய பொருளாக மாற்றும் தன்மை விளம்பரத்திற் இருப்பதால் ஒரு சிறு விற்பனைப் பண்டத்திற்குக் கூட விளம்பரம் அவசியமாகியுள்ளது. அதாவது ஒரு பொருளின் தன்மை, அதன் இயல்பு உச்சபயன். கிடைக்குமிடம் என பல்வேறு செய்திகளைத் தாங்கிச் செல்வதனால் அப் பொருளின் மீது ஆர்வத்தை உண்டாக்கி வாங்கும் சக்தியைத் தூண்டி, ஆவலை தேவையாக மாற்றுவது விளம்பரங்கள் என்று கூறினால் அது மிகையாது. ஆசிரியர் ஜோஸ் மேர் ஜிட் அவர்கள் விளம்பரங்கள் பற்றி பின்வருமாறு குறிப்பிடுகின்றார்.

**“பொருளில் மக்களுக்கு ஆர்வம் உண்டாக்கி அவர்களது வேட்கையைக் கிளப்பி விட்டு வேட்கை, தேவையாக உருவெடுக்க வழிவகுக்கின்றது. ஆகவே விளம்பரம் வலுவற்ற பரப்பீடு அன்று மாறாக அது வீரியமிக்க தூண்டு கோளாகும். எனவே அஃது ஆதாமைப் போல வீரியமிக்கதாகவும் ஏவாளைப் போன்று கவர்ச்சியானதாகவும் இருத்தல் வேண்டும்”**

இன்று விளம்பரம் ஒரு கலையாகவே வளர்ச்சியடைந்து, விளம்பரத் தயாரிப்புக்கென்றே பல நிறுவனங்கள் உருவாகியுள்ளன. உற்பத்தி

நிறுவனங்கள் தமது உற்பத்திப் பொருட்களுக்கான விளம்பரத்திற்கு பல கோடி ரூபாய்களை செலவு செய்யக் காத்திருக்கின்றன. இதனால் நிறுவனங்களுக்கான போட்டியை விட இன்று விளம்பர நிறுவனங்களுக்கான போட்டி அதிகரித்துள்ளது.

### 1. விளம்பரத்தின் வகை

1. அரசு விளம்பரம் அல்லது பொது விளம்பரம்
2. வர்த்தக விளம்பரம் எனப் பாரிய பெரும் பிரிவின்குள் பல உப பிரிவுகள் அடங்குகின்றன.
  - i. வர்த்தக விளம்பரங்களை தயாரிப்பு பொருள்பற்றிய விளம்பரம்
  - ii. தயாரிப்பு நிறுவனம் பற்றிய விளம்பரம் என பிரிக்கலாம் மேலும் இது
    - i. சில்லறை விளம்பரங்கள்
    - ii. பகுக்கப்பட்ட விளம்பரங்கள்
    - iii. செய்திக்கதை வடிவ விளம்பரங்கள்
    - iv. சிந்தனையைத் தூண்டும் விளம்பரங்கள் சுவை விளம்பரங்கள் எனவும் பிரிக்கப்படுகின்றது.

இன்று தொடர்பாடல் சாதனங்களை எடுத்து நோக்கினால் விளம்பரங்களே அவற்றின் முச்சாக இருக்கின்றன ஏனெனில் வணிக விளம்பரங்களே இச் சாதனங்களுக்கு அதிக வருவாயை ஈட்டித் தருவதால் செய்திகளை விட விளம்பர ஆக்கிரமிப்பே அதிகமாக உள்ளது.

பொது விளம்பரங்களைப் பொருத்த வரையில் இவற்றை விளம்பர நிறுவனங்களே பெற்றுத்தருகின்றன. வணிகம், அரசு விளம்பரங்கள் சில நேரங்களில் பத்திரிகையின் முழுப்பக்கத்தையும் ஆக்கிரமித்துக் கொள்வதுமுண்டு. சிறிய வியாபார நிறுவனங்களும் சில்லறை வியாபாரிகளும் சில்லறை விளம்பரங்களை பயன்படுத்துகின்றன. இவை பெரும்பாலும் உள்ளூர் விளம்பரங்களாகவே அமைகின்றன.

பகுக்கப்பட்ட விளம்பரங்கள் துறைகள் வாரியாக பிரிக்கப்பட்டு மிகச் சிறியளவில் வெளிவருவையாகும். சிறுதொழில், கல்வி,

வேலை வாய்ப்பு, தேவைகள், நிதியுதவி, புத்தக விற்பனை என்பவை சில உதாரணங்களாகும். அவை பத்திரிகைகளில் குறிப்பிட்ட பக்கங்களில் தொலைகாட்சி, வானொலியில் குறிப்பிட்ட நேரத்தில் இடம்பெறுகின்றன. செய்திக்கதை விளம்பரங்கள் செய்தி போலவே அமைந்து முடிவடையும் போது விளம்பரமாகக் காணப்படும். இது நுகர்வோரைக் கவருவதற்காக செய்திகள் இடம்பெறும் இடத்தில் இடம் பெறுகின்றன.

## 2. விளம்பரத்தின் நோக்கம்:-

1. சிறந்த சந்தையை உருவாக்குதல்
2. சந்தையில் நிலைத்தல்
3. சந்தைப் பெருக்கம்
4. நிறுவனத்திற்கு நற்பெயரை உண்டாக்குதல்
5. வியாபாரிகளுக்கு உதவுதல் - ஊக்கமுட்டுதல்
6. மக்களுக்கு பொருட்களை அறிமுகப்படுத்தல் (அதன் தன்மை இயல்பு)
7. வாடிக்கையாளர் மனதில் நிறுவனத்தின் பெயரை குறியீடாக பதியவைத்தல்.

புதிய பொருட்களின் உற்பத்தியில் அவை நுகர்வோரை அடைவதில் விளம்பரங்களே இடைத்தரகர்களாக செயற்படுகின்றன. உற்பத்தியின் பின்னர் பரந்த மக்கள் விற்பனைக்கு (Mass Marketing) விளம்பரங்கள் இன்றியமையாததாகையினால் தான் சிறந்த சந்தையை உருவாக்குதல் என்பது பிரதான நோக்கமாக அமைகின்றது.

உற்பத்தியாளர் கண்ணோட்டத்திலும், நுகர்வோர் கண்ணோட்டத்திலும் விளம்பரங்கள் வேறுபட்ட குறிக்கோள்களைக் கொண்டிருக்கின்றன. உற்பத்திப் பொருளை நோக்கி வாடிக்கையாளரை கவர்ந்திழுப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டு அப்பொருள்களின் விற்பனைத் திறனை அதிகரிக்கச் செய்வதில் உற்பத்தியாளர் தம் முழுக் கவனத்தையும் செலுத்துகின்றனர். ஆகவே நம்பிக்கை ஏற்படுத்தும் வகையில்

ஆரம்பத்தில் தரமான பொருட்களை குறைவான விலையில் வழங்குகின்றனர். நுகர்வோரின் நோக்கம் குறைந்த செலவில் கூடிய பயனை பெறுவதாகையால் தாமாகவே விளம்பரத்தை நோக்கி ஈர்க்கப்படுகின்றனர்.

உற்பத்தியாளர், விற்பனையாளர், நுகர்வோர் அனைவரையும் இணைத்துச் சிந்தித்து செயலாற்ற வைக்கும் விளம்பரங்கள், அச்சத்தாள் வணிக முறை என்று அழைக்கப்பட்டு வணிக முன்னேற்றத்தைக் காட்டும் அளவு கோலாகவும் அமைந்திருக்கின்றது. வணிகத்துறையில் மட்டுமல்ல வணிகக் கண்ணோட்டத்தையும் கடந்து தொழில் அமைப்பு முறைகள், வேலைவாய்ப்புகள். புதிய கண்டுபிடிப்புகள் மாற்றங்கள் என்பவற்றையும் அறிவதற்கு இவை உதவுகின்றன. எனவே தான் மேலை நாடுகளில் விளம்பரங்களை புது வகை தொழில் புரட்சியாகக் கருதி விளம்பரங்களுக்கு கோடிக்கணக்கான தொகையை செலவிட்டு விளம்பரத்தை தனித்துறையாக வளர்த்துச் செல்கின்றன.

### 3. விளம்பரம் தயாரிக்கும் போது கவனிக்க வேண்டியவை

1. விளம்பரம் எந்த தொடர்பு சாதனத்திற்குரியது என்பதை தீர்மானித்தல்.
2. பொருளைப்பற்றிய தொடர்பு / பொருளைப்பற்றிய தகவல் / பொருளைப் பற்றிய தூண்டுதல் ஆகிய மூன்றும் அமைந்திருக்க வேண்டும்.
3. பொருட்களின் பயனை மக்களை ஈர்க்கும் வகைகளில் கவர்ச்சியாக வெளியிடல்.
4. தொழில் நுட்ப முறைகளை பயன்படுத்தி நுட்பமான முறையில் அமைத்தல்.
5. பார்ப்போரை படிப்போரை கவர்ந்திழுக்கும் வகையில் வடிவமைத்தல் அவை நினைவில் நிலைத்திருக்கச் செய்தல்.
6. பொருட்களின் தன்மை, பயன்பாடு, பயன்படுத்தும்முறை, கிடைக்கும் இடம் ஆகிய முழு விபரங்களையும், சுருக்கமாகவும் தெளிவாகவும் வெளிப்படுத்தல்.

7. வாடிக்கையாளரை மீண்டும் மீண்டும் வாங்கத் தூண்டும் வகையில் அவர்களையும் விளம்பரத்தில் இணைத்துக் கொண்டு விளம்பரப் படுத்துதல்.
8. படங்கள், செய்தி விளம்பரத்துடன் நெருங்கிய தொடர்புடையதாக அமைத்தல்.
9. இலகுவான எளிமையான எவருக்கும் புரியும் மொழி நடையில் அமைத்தல்
10. கற்பனைத்திறன் அளவானதாக தவறாக இட்டுச் செல்லாதவாறு அமைய வேண்டும்.

#### 4. மாதிரி விளம்பரங்கள்

##### 1. சிந்தனையைத் தூண்டும் விளம்பரம்

ஒரு மரம் ஓராயிரம் தீக்குச்சுகளை உருவாக்கும்  
ஒரு தீக்குச்சு ஓராயிரம் மரங்களை நாசமாக்கும்  
ஒரு ரூபாயை சேமித்துப் பார் பல லட்சம் வரவு  
ஒரு ரூபாயில் புகைத்துப்பார் ஒரு உயிரே அழிவு

##### 2. கவர்ச்சிகரமான விளம்பரம்

பாவித்துப் பாருங்கள் பனாமா பாவை சோப்  
பாட்டியானாலும் பளபளக்கும் மேனி  
பூட்டியானாலும் பூரித்த உடல்வாகு  
பூசங்கள் பூமணக்கும் பாவை சோப்  
நாடெங்கிலுமுள்ள சீல்லறைக்  
கடைகளில் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

பனாமா பாவை சோப் கம்பனி  
55 விஸ்வேக் வீதி  
கொழும்பு-15



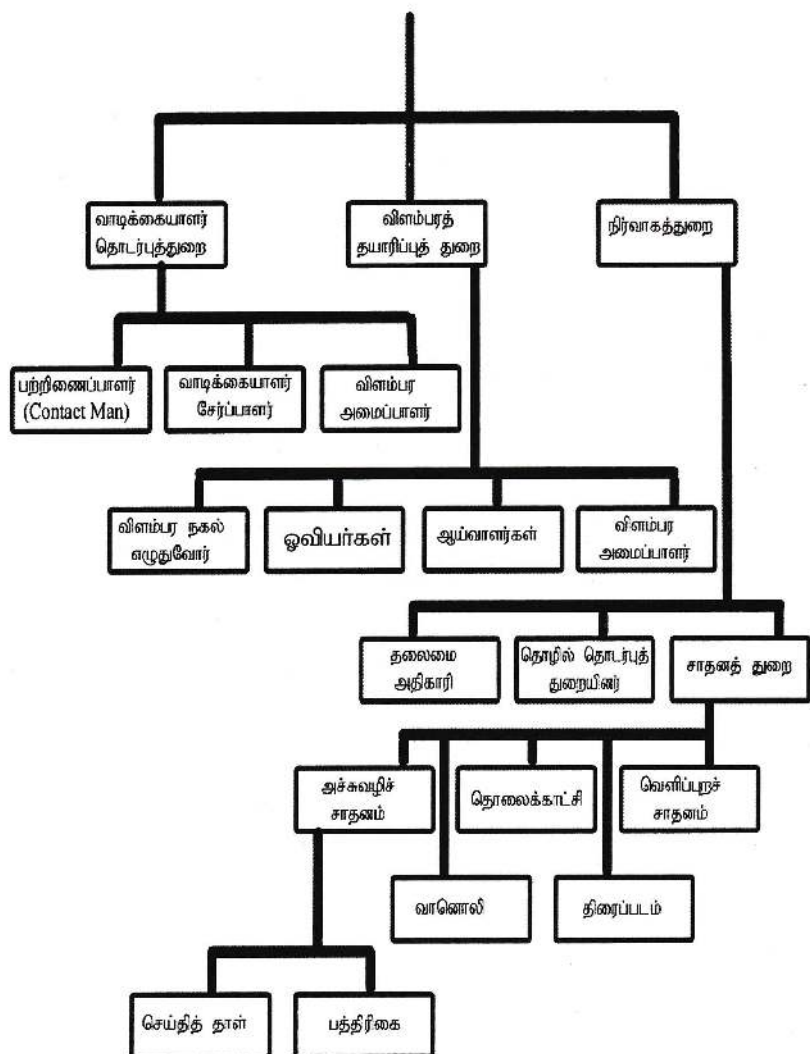
## வாழ்க்கையாளர் கட்சனுடன் இணையுங்கள்

கண்வீழ்ப்பது கட்சன் கடிகார அலாரத்தில்  
காப்பி குடிப்பது கட்சன் தேநீர் கோப்பை  
கடவுள் வணக்கம் கட்சன் சுகந்தம்  
காலை உணவு கட்சன் நூட்டில்  
கடமைக்கு செல்ல கட்சன் கைப்பை  
காரியாலத்தில் கட்சன் கதிரை  
காலமெல்லாம் கட்சனுடன் கழியுங்கள்  
கனவுகள் நனவாகும்.

பொருட்கள் கிடைக்கும் இடம்  
கட்சன் டிஜிடிங் கம்பனி  
நுகேகொட  
அனைத்து கட்சன் கிளை நிறுவனங்களும்

பொதுசன நூலகம்  
பாரதிமனம்.

## விளம்பர நிறுவனங்கள் (Advertising Agency)



அத்தியாயம் - 08

## மேலாண்மைத் தகவல் முறை (Management Information System)

### 1. மேலாண்மைத் தகவல் முறை என்பதன் பொருள்

தகவல் நடைமுறை என்பது எந்த ஒரு அமைப்பிற்கும் மிக இன்றியமையாததாகும். ஒரு நிறுவனத்திற்கு உயிரோட்டமாக அமைவது தகவல் பரிமாற்றமாகும். மேலாண்மையில் முறைமை அணுகுமுறையாக இதன் முக்கியத்துவம் உணரப்பட்டிருக்கின்றது “ஒரு நிறுவனத்தில் உட்புற சிப்க்கங்கள், வெளிப்புற செய்தி என்பவற்றின் கடந்தகால நிகழ்கால மற்றும் எதிர்கால மதிப்பீட்டுத் தகவலை அளிக்கும் ஒர் முறைமை” என கலாநிதி இராதா அவர்கள் குறிப்பிடுகின்றார்.

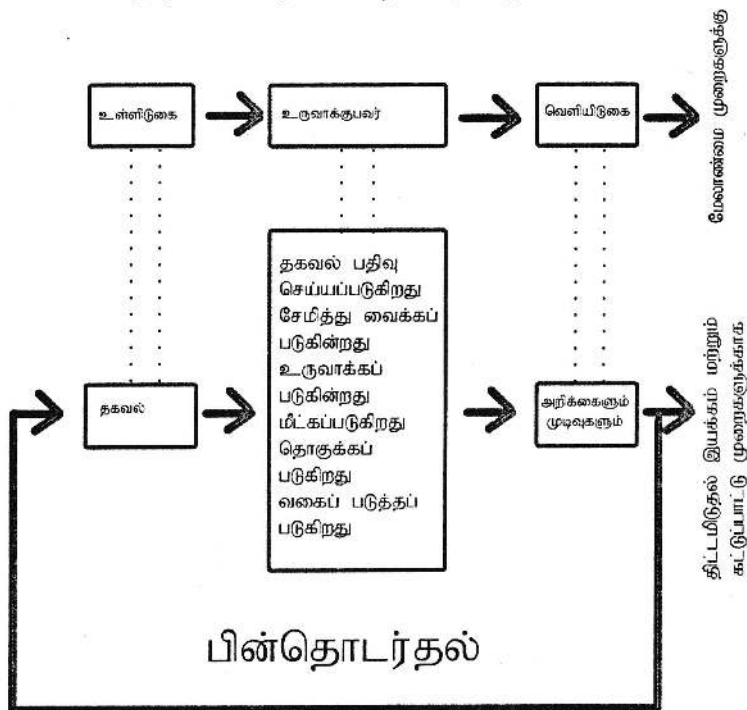
“புலனாய்விலிருந்து பெறப்பட்ட அறிவாகிய தகவலை சரியான நேரத்தில் சரியான அமைப்பில் தகுந்த தொடர்பு சாதனத்தின் மூலமாகச் செயலைத் தூண்டும் வகையில் அளிப்பதே மேலாண்மைத் தகவல் முறைமை” எனக் குறிப்பிடுவர்.

மேலாண்மைத் தகவல் முறையானது ஒரு நிறுவனத்தின் செயற்பாடுகளை நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிடல், தீர்மானம் எடுத்தல், ஆரம்பித்தல் கட்டுப்படுத்தல், நிறுவனத்தின் ஏனைய துணை நிலைப் பகுதிகளை பரிபாலித்தல் ஆகிய அனைத்திற்கும் தேவையான தகவல்களை முறையாக விளங்குகின்றது. சுருக்கமாகக் கூறினால் இது ஒரு தகவல் தொடர்பு நடைமுறையாகும். ஒரு நிறுவனத்தின் செயற்பாட்டிற்கான அல்லது நடவடிக்கைகள் மீதான முடிவுகளை எடுப்பதற்கு தேவையான தகவல் ஓட்டத்திற்கு வழி செய்கின்றது. தகவல் ஓட்டம் உள்ளிடுகையாகவும் உருவாக்கப்பட்ட தகவல் வெளியிடுகையாகவும் அமைகின்றது. மேலாண்மைத் தகவலானது

1. தகவலின் காலம்
2. தகவலின் துல்லியம்
3. தகவலின் அளவு

என மூன்று முக்கிய கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது காலத்தோடு விரைவாக வழங்கப்பட்ட தகவலே மேலாண்மை முடிவுகளுக்கு இன்றியமையாதது. குறித்த நேரத்தில் கிடைக்கப் பெறாத தகவலால் எவ்விதமான பயனும் இல்லை. எந்த ஒரு தகவலும் வெளிப் படையானதாக உடன் விளங்கக் கூடியதாக தெளிவுடன் அமைய வேண்டும். மேலாண்மையில் நேரம் என்பது மிகமிக முக்கியமானதாகும். தகவல் விரிவானதாக அமையாது மிகவும் சுருக்கமாக இருக்க வேண்டும். சுருக்கம் என்பதைக் கருத்திற் கொள்ளும் அதே வேளை முழுமையாகவும் தகவல் அமைய வேண்டும் அதுவே நிறுவனத்திற்கும் அதன் மேலாண்மையின் வெற்றிக்கும் காரணமாக அமையும்.

**மேலாண்மைத் தகவல் தொடர்பு நடைமுறையினைக் காட்டும் படம்**



## 2. மேலாண்மையில் தகவல் தொடர்பின் அவசியம்

மேலாண்மையில் புதிய பொருள் ஒன்றினை உற்பத்தி செய்வதற்கு திட்டமிடல், அதனை சந்தைக்கு வழங்குதல், அடிப்படைக் கட்டமைப்பினை ஏற்படுத்துதல், மனிதவள மேம்பாட்டினைத் திட்டமிடல் போன்றவற்றிற்கு அவசியமாகின்றது. இதற்கு உட்புறத்தகவல் வெளிப்புறத் தகவல் இரண்டும் தேவையாகின்றது.

திட்டமிடப்பட்டு எடுக்கப்படும் முடிவுகளை ஆற்றலோடும் திறமையோடும் செய்வதற்கும் நிறுவனத்தின் பணிகளையும், வள ஆதாரங்களையும் அமைத்தலுக்கும் மேலாண்மையில் தகவல் அவசியம். நிறுவன அமைப்பை மறுகட்டமைப்பு செய்தல், இன்னொரு நிறுவனத்தை இணைத்துக் கொள்ளல் போன்ற அமைத்தல் தொடர்பான பணிகளுக்கு உட்புற, வெளிப்புறத் தகவல் ஆய்வு தேவையாக உள்ளது அத்தோடு பணியாளர்களை தெரிவு செய்தல், நியமித்தல், அவர்களை அவர்தம் பணிகளில் ஈடுபடுத்தல் என்பவற்றிற்கும் தகவல் தொடர்பு அவசியம்.

நிறுவனத்தை சிறப்பாக இயக்குவதற்கு தகவலானது அவசியமாகின்றது. இங்கு பணியாளர்களுக்கு இடையே போதுமானளவு தகவல் சென்றடையும் வகையில் தொடர்பாடல் நடவடிக்கைகளை ஏற்பாடு செய்தல், பணியாளர்களுக்கு செயலூக்கம் அளித்தல் என்பவற்றிலும் தகவல் தொடர்பு பங்கேற்புச் செய்கின்றது. திட்ட மேலாண்மை என்பது மேலாண்மையில் முக்கியத்துவம் பெறுவதால் தகவலை திரட்டி திட்டப்பட்டியலிடுவதற்கும் அதன் தயாரிப்பிற்கும், பணிநிறைவேற்றத்திற்கும் பணியாளரிடையே நட்புறவு ஏற்படுவதற்கும் தகவல் பயன்படுகின்றது. இயக்கப் பணிக்கும் இயந்திரத்தினை அமைப்பதற்கும் தகவல் தொடர்பு அவசியம் இதனை பின்வருமாறு குறிப்பிடலாம்.

### I. திட்டமிடுதல்: -

திட்டமிடுதல் என்பது ஏதாவது ஒன்றை உருவாக்குவதற்கு ஆலோசிக்கும் முறையாகும். இது ஒரு செயற்பாட்டினை எவ்வாறு செய்ய வேண்டும் என்பதை முன் கூட்டியே நிர்ணயிக்கிறது. ஆகவே

இது ஒரு தனி நபரால் செய்ய முடியாத நடவடிக்கை இதில் நிறுவனத் தலைவர்களும் மற்றும் தொடர்புடைய ஏனைய நபர்களும் ஒன்றிணைந்து செயற்பட வேண்டியுள்ளது. அதற்காக கலந்துரையாடல், கருத்தரங்கு நேர்காணல் போன்ற முறைகளில் கருத்துக்களின் பரிமாற்றம் நடைபெறுகின்றது. இதன் விளைவினாலேயே கருத்துக்கள் அலசி ஆராயப்பட்டு ஒரு திட்டம் உருவாக்கப்பட்டு அது முடிவும் செய்யப்படுகின்றது. ஆகையால் திட்டமிடுதல் பணிக்கு தகவல் தொடர்பு இன்றியமையாததாகும்.

### ii. அமைத்தல்:—

இயந்திரங்கள், பொருள்கள் என்பவற்றை அமைப்பதில் கீழ் நோக்கிய தகவல் தொடர்பு படுகிடைத்தகவல் தொடர்பு, மேல் நோக்கிய தகவல் தொடர்புகள், உட்புற, வெளிப்புற நிலையில் அவசியமாகிறது. கீழ் நோக்கிய தகவல் தொடர்புகள் மேல்நிலை மேலாண்மையிலிருந்து தொடங்குகிறது. மேல்நிலை தகவல் தொடர்பு கீழ் பணியாளரிலிருந்து ஆரம்பிக்கிறது. மேல்நிலை தகவல் தொடர்பில் புகார்கள், பரிந்துரைகள், முறைப்பாடுகள், ஆலோசனைகள், பின் தொடர் நடவடிக்கைகள் என்பன அடங்குகின்றன.

### iii. இயக்குதல்

மேலாண்மையினை இயக்கிச் செல்வது என்பது மிகவும் கடினமானதாகும் இயக்கச் செயற்பாடு சற்று பிசகினால் கூட நிறுவனம் நடத்ததை எதிர்நோக்க வேண்டிய நிலை ஏற்படும் ஆகவே பணியாளருக்கு சிறந்த முறையில் பயிற்சி அளித்து அறிவூட்டி அவர்களை நட்புறவுடன் வழி நடத்துவதற்கு தொடர்பாடல் மிக அவசியம் ஆகவே வழங்குதல் விதிகள், நோக்கங்கள், நடைமுறைகள், வழிகாட்டல் சரத்துகளைத் தெரிவித்தல் அவர்களுக்கு செயலாக்கம் அளித்தல், சிறந்த முறையில் மேற்பார்வை செய்தல் ஆகிய இயக்கங்களுக்கு தகவல் பரிமாற்றம் அவசியம்.

### iv. ஒருங்கிணைப்பு

மேலாண்மை ஒருங்கிணைப்பு சிறப்பாக அமையாவிட்டால் அந்த நிறுவனம் தொடர்ச்சியாக இயங்குவது மிகவும் கடினமானதாகும்.

எனவே ஒருங்கிணைப்புப் பணியை செவ்வனே நிறைவேற்ற பல்வேறு வெளி நிறுவனங்களுடனும் உட்புறப் பிரிவுகளுடனும் வேறு குழுக்களுடனும் தகவல் தொடர்பு மேற்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. வணிக நிறுவனம் ஒன்றில் பேரளவு மக்கள் பல்வேறு துறைகளில் தம் அறிவு, ஆற்றல் திறமை என்பவற்றிற்கேற்ப பல்வேறு அதிகாரங்களில் அல்லது நிலைகளில் பணியாற்றுகின்றனர். இவர்கள் வணிக நிறுவனத்திற்குத் தம்முடைய முழுமையான பங்களிப்பைச் செய்வதற்கு ஆற்றல் மிக்க தகவல் தொடர்பு அவசியம்.

**கட்டுப்படுத்தல்: -**

நிறுவனத்தின் நடவடிக்கைகள் நேர ஒழுங்கின் படி திட்டமிடலுக்கமைவாக மேற்கொள்ளப் படுகின்றதா? என்பதற்கமைய செயற்படுத்தல் கட்டுப்பாடுகளை உருவாக்குதலாகும். இதில் உண்மையான செயல் நிறைவேற்றம் ஆய்வு செய்யப்பட்டு அதனை தர அளவுகளோடு ஒப்பிட்டுப் பார்ப்பதற்கும் குறைகளை சரிப்படுத்தி நிறுவனத்தை எப்போதும் ஒரே கட்டுப்பாட்டில் வைத்திருப்பதற்கும் தகவல் தொடர்பு அவசியம்.

### 3. மேலாண்மைத் தகவல் முறையின் வடிவமைப்பு

இதன் வடிவமைப்பானது மூன்று கட்டங்களாக செயற்படுத்தப்படுகிறது முதல்கட்டமாக ஆய்வுக்கட்டம் அமைகிறது. இவ்வாய்வுக் கட்டமானது பின்வரும் வகையில் அமைந்து காணப்படுகிறது.

1. அமைப்பு சார்ந்த நடவடிக்கைகளை ஆய்வு செய்தல்
2. பெறக்கூடிய மூல வளங்களையும் வாய்ப்புகளையும் ஆய்வு செய்தல்
3. தொழில் நுட்ப மற்றும் மனித வளங்களை ஆய்வு செய்தல்
4. மேலாண்மை தகவல் முறைமையின் வடிவமைப்பை ஆய்வு செய்தல்

இரண்டாவதாக வடிவமைக்கும் கட்டம் அமைகின்றது இக்கட்டத்தில் பின்வரும் பணிகள் இடம் பெறுகின்றன.

1. துணை முறைமைகளின் தேவைகளை நிர்ணயித்தல்
2. கணிப்பொறி மயமாக்கலின் அளவை மதிப்பிடல்
3. தகவலின் அடிப்படையை உருவாக்குதல்
4. உள்ளிடுகை மற்றும் வெளியிடுகை வடிவங்களை அமைத்தல்
5. பல்வேறு நிலைகளிலுள்ள வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து தகவல் களைச் சேகரித்தல்

மூன்றாவது செயற்படுத்தும் கட்டம் இதுவே இறுதிக் கட்டமாகும். இதில் பின்வரும் பணிகள் அமைந்துள்ளன.

1. கணிப்பொறி கட்டமைப்பை அமைத்தல்
2. பயன்பாடுகளை அபிவிருத்தி செய்தல்
3. பல்வேறு நிலைகளிலுள்ள வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து பெற்ற தகவல்களின் அடிப்படையில் பயன்பாட்டு அளவை அலகுகளை மாற்றி அமைத்தல்
4. ஆவணமிடுதல்
5. புதிய மேலாண்மை தகவல் முறைக்கு மாற்றி அமைத்தல்
6. முறைமை நிர்வாகம்
7. எதிர்கால மேலாண்மை தகவல் முறைமைக்கு என திட்டங்களை அமைத்தல்

#### 4. மேலாண்மை தகவல் முறையின் நோக்கங்கள்

மேலாண்மை தகவல் முறையானது உருவாக்குபவர் என்ற நிலையிலேயே அதன் பகுதிகள் அமைவாக்கம் பெறுகின்றன. தமது உள்ளிடுகளைக் கண்டுணர்ந்து அவற்றை வெளியீடுகளாக மாற்றுவதே முறைமையாகும். இதற்கு தகவல் தொடர்பு இன்றியமையாததாக இருப்பதால் அது பின்வரும் நோக்கங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். இதனை லீ. ஓ. தேயர் என்பவர் அமைப்பு சார்ந்த தகவல் தொடர்பின் நோக்கங்கள் என்று குறிப்பிட்டு அவற்றைப் பின்வருமாறு வகைப் படுத்துகின்றார்.



1. தகவல் அளிக்கப்படுதல் - மற்றவரிடமிருந்து பெறப்படல்.
2. ஒருவருடைய சொந்த உள்ளிடுகை அல்லது மற்றவரது வெளியிடுகை ஆகியவற்றை மதிப்பில்.
3. பிறரை இயக்குதல் - பிறரால் இயக்கப்படுதல்.
4. பிறரைத் தூண்டுதல் - பிறரால் தூண்டப்படுதல்.
5. தகவல் தொடர்பு வெற்றி பெறாமையக்கான காரணங்கள்
  1. நோக்கங்கள் தெளிவாக வரையறுக்கப்படாமை.
  2. தகவல் தொடர்பு வழிகளின்மை.
  3. முறை சாரா தகவல் தொடர்பை தவிர்த்தல்.
  4. பலரது அதிகாரம் - கட்டளையில் ஒருமையின்மை.
  5. செயற்படுத்துதலில் குறைபாடு.
  6. கட்டுப்படுத்துதல் திட்டமிட்டபடி நடைபெறாது குறைபாடுடையதாக இருத்தல்.
  7. மேலதிகாரி நிறுவனத்தோடு தொடர்புடைய அதிகாரிகள், அலுவலர், பணியாளருடன் முரண்படுதல்.

இவற்றை தொகுத்து நோக்கும் போது சுருக்கமாக பின்வரும் முடிவுகள் பெறப்பட்டு அது தொடர்பாடல் வெற்றி பெறாமையக்கான காரணமாக முன்வைக்கப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனத்தின் மிக முக்கிய நோக்கமாக அமைவது தமது வியாபார நிறுவனத்தின் நோக்கங்களையும், திட்டங்களையும் பகிரங்கப்படுத்தி அதன் மூலமாக நிறுவனத்தை உயர்நிலை அடையச் செய்வதே ஆகும். இதற்கு தொடர்பாடல் முறைகளாகக் கொள்ளப்படும் எழுத்து மூலமான, வாய்மொழி மூலமான அனைத்து ஆற்றல் மிக்க தொடர்பாடல் முறைகளையும் மேற்கொள்கிறது.

ஆகவே இத் தொடர்பாடல் முறைகளை மேற்கொள்ளும் போது நிறுவனத்திற்கு உள்ளேயும் வெளியேயும் அனைவரும் தெரிந்து

புரிந்து கொள்ளும் வகையில் பல்வேறு தொடர்பு சாதனங்களை பயன்படுத்த வேண்டும். அனைவரும் நோக்கங்களை புரிந்து கொள்ளும் வகை செய்தல் வேண்டும். அமைப்பின் அனைத்து பிரிவுகளுக்கும் தகவல் சென்றடையும் வகையில் தகவல் தொடர்பு கருவிகள் இணைக்கப்பட்டு போதிய தகவல் தொடர்பு வழிகளை ஏற்படுத்த வேண்டும். இன்றேல் அமைப்பின் கட்டமைப்பு வலுவழிந்து விடும். எனவே முறைசார்ந்த, முறைசாரா என்று பேதமின்றி ஏதோ ஒரு வழியில் தகவல் வழங்கும் நடவடிக்கையை மேற் கொண்டு நிறுவனம் திட்டங்களை செயற்படுத்துவதற்கு நிறுவனம் சார்ந்த அனைவரையும் பங்கேற்கச் செய்ய வழிசமைக்க வேண்டும்.

அப்போது தான் உராய்வு மற்றும் முரண்பாடுகள் தவிர்க்கப்பட்டு நிறுவனத்திற்கு விசுவாசமாகவும் அதிகாரிகள், அலுவலர்களின் ஆலோசனைகளுக்கு கீழ்படிந்தும் பணியாளர் பணி நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வர். ஒரு குழுப்பணியின் வெற்றிக்கு இன்றி யமையாததாக இருப்பது ஆற்றல் மிக்க தகவல் தொடர்பு ஆகையால் மேற்குறித்த குறைபாடுகளைத் தவிர்த்து மிகச்சிறந்த தொடர்பாடல் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதன் மூலம் மேலாண்மைத் தகவல் தொடர்பின் தத்துவங்கள் காப்பாற்றப்படுகின்றன. தகவல் தொடர்பினூடாக நிறுவனம் சார்ந்த அதிகாரிகள், தலைவர்கள், பணியாளர்கள் நட்புறவுடன் செயற்படுவதானால் அவர்கள் பணி மானசீக மானதாக அமைந்து விடுகின்றது. இதனால் தொழிலொன்றின் மூலம் கிடைக்கும் ஆத்ம திருப்தி என்பது சாத்தியமாகின்றது. இவை எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக ஒரு நிறுவனமானது இலக்கை மிக வேகமாக அடைந்து சாதனை படைக்கின்றது படைக்கும்.

அத்தியாயம் - 09

## விளக்க வரையங்களும் பட வரைபுகளும்

நிறுவனங்கள் மேற்கொள்ளும் தகவல் பரிமாற்றங்கள் எழுத்துவழி, சொல்வழி, இவையிரண்டுமற்ற வேறு வழிகள் என முன்னைய அத்தியாயங்களில் விரிவாக்கக் கண்டோம். அதில் ஒலி, ஒளி, சைகை என்பதைப் போல எழுத்துவடிவில் இன்னொரு முறையாக குறியீட்டு வடிவம் அமைந்து காணப்பட்டது. இந்த குறியீட்டு வடிவானது பின்னர் படம் என்ற நிலைக்கு வளர்ந்தது. இப் படங்களைப் பல்வேறு வகையாகப் பாகுபடுத்துவர். இதில் புகைப்படங்களைப் போன்று இவ்விளக்கப்படங்களும் வரைபுகளும் சிறப்பாக செய்தியை வெளிப்படுத்துகின்றன. இதனால் தான் வியாபார நிறுவனங்களும் இது போன்ற ஏனைய அமைப்புகளும் தமது கருத்துக்களை துல்லியமாக வெளிப்படுத்த விளக்கப்படங்களையும், படவரைபுகளையும் பயன்படுத்துகின்றன.

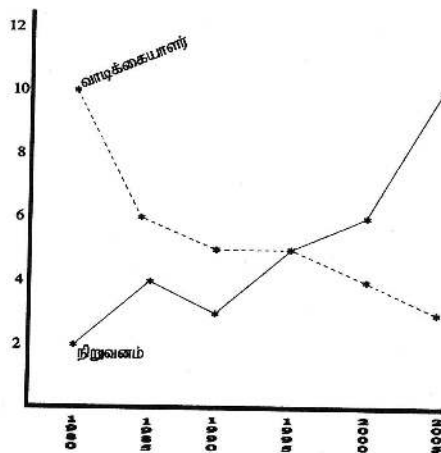
எழுத்து மூலமான தகவல் தொடர்பினை வியாபார நிறுவனங்கள் மேற்கொள்ளும் போது அச்செய்திகளுக்கு வலுவூட்டு வதாகவும், அவற்றிற்கு சிறந்த ஆதாரமாகவும் இருப்பவை இவ் விளக்கப்படங்களும் வரைபுகளுமே ஆகும். பல பக்கங்களில் எழுதி புரியவைக்க முடியாத செய்தியை இப்படங்கள் மிக இலகுவாகவும், தெளிவாகவும் புரியவைக்கின்றன. எனவே தான் அதிகமான வியாபார நிறுவனங்கள் புள்ளி விபரத்துடன் தொடர்பான செய்திகளை விளக்கப் படங்களாகவும் வரைபுகளாகவும் தருவதோடு அதில் வெற்றியும் கண்டுள்ளன. அத்தோடு அதிக நேர விரயமில்லாமல் கண்ணால் கூர்ந்து பார்த்தவுடன் அதனுடான செய்தியை அறியக் கூடியதாக இருப்பதால் பொதுவாக வியாபார உலகில் மட்டுமல்ல அனைத்துத் தரப்பினரிடையேயும் வரவேற்பைப் பெறுகின்றன. கல்வி அறிவில் குறைந்தவர் கூட கல்வியில் தேர்ச்சி பெற்ற ஒருவரைப்போல விளக்கத்தை இப்படங்களினுடாகப் பெற்றுக் கொள்ள முடிவதும் மேலதிகமான ஒரு சிறப்பம்சம் எனலாம்.

### படங்களின் வகைகள்

1. விளக்கப் படங்கள்
2. வரைபுகள் என இரண்டு பெரும் பிரிவுகளில் அடக்கலாம் இதனை மேலும் பல உபபிரிவுகளாகப் பிரித்து நோக்கலாம்.
  1. கோட்டு விளக்க வரைபடங்கள்.
  2. கோல் விளக்க வரைபடங்கள்.
  3. அச்ச விளக்க வரைபடங்கள்.
  4. ஒழுகு விளக்க வரைபடங்கள்.
  5. ஓவிய விளக்க வரைபடங்கள்.
  6. அமைப்பு சார்ந்த விளக்க வரைபடங்கள்.

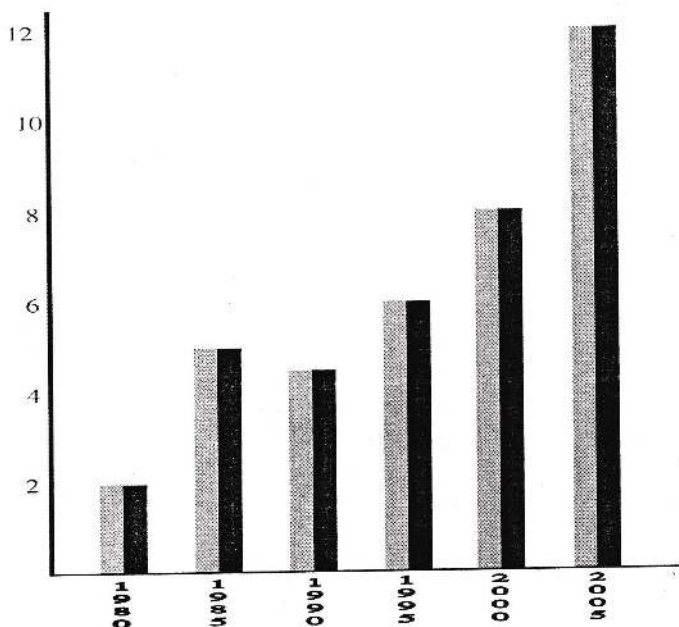
இதில் கோட்டு விளக்கப்படமும், கோல் விளக்கப்படம் மற்றும் அச்ச விளக்கப் படமும் பட வரைபாகவே அமைகின்றது.

### கோட்டு விளக்கப் படங்கள் (Line Charts)



கிப்படத்தில் பூச்சியத்தில் ஆரம்பமாகும் செங்குத்துக் கோட்டுப் பரப்பானது மதிப்புகளையும் கிடைக்கோட்டுப் பரப்பானது காலத்தையும் குறிக்கின்றது. கோட்டு விளக்கப்படங்கள் நீண்டகால கட்டடங்களில் வியாபார நடவடிக்கைகளில் ஏற்படும் மாற்றத்தையும் போக்கையும் துல்லியமாகக் காட்டுகின்றன.

### கோல் விளக்கப் படங்கள் (Bar Charts) (1980 - 2005)

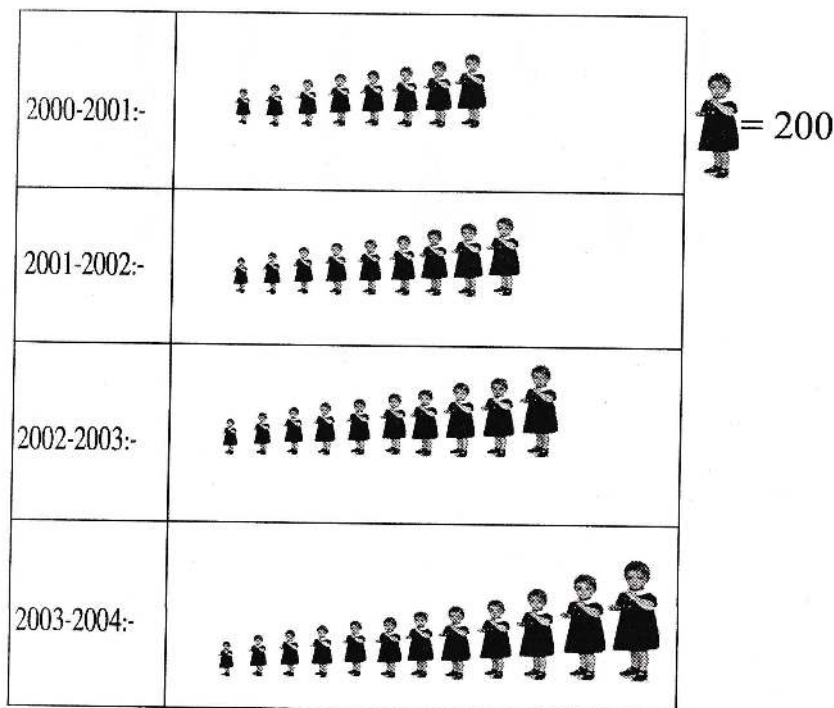


கோல் விளக்கப்படமும் கோட்டு விளக்கப்படத்தைப் போன்ற துல்லியமான தகவல்களை அளிக்கின்றது. கிரண்டு ஒரே மாதிரியான போக்கில் மாற்றங்களை விளக்க உதவினாலும் வடிவத்தில் மாற்றம் காணப்படுகின்றது. அத்தோடு கோட்டு விளக்கப்படத்தை விட தகவல் மிக எளிதாக புலப்படுத்தப்படுவது இதன் சிறப்பம்சமாகும்.

### ஒவிய விளக்க வரைபடம் (Pictogram)

இதில் வழங்கப்படும் தகவல் படம் சார்ந்த சின்னங்கள் மூலம் சுட்டிக் காட்டப்படுகின்றது இப்படத்தைப் பயன் படுத்தும் போது அல்லது அமைக்கும் தகவலும் படமும் கூடிய வகையில் அமைவதே தகவலைத் தெளிவாகப் பெற உதவும். இதுவும் தகவலைத் தெளிவாகவும் சுருக்கமாகவும் முழுமையாகவும் வழங்கும் ஓர் எளிமையான நடைமுறையாகும்.

|           | பணியாளர் எண்ணிக்கை |
|-----------|--------------------|
| 2000-2001 | 1600               |
| 2001-2002 | 1800               |
| 2002-2003 | 200                |
| 2003-2004 | 2400               |

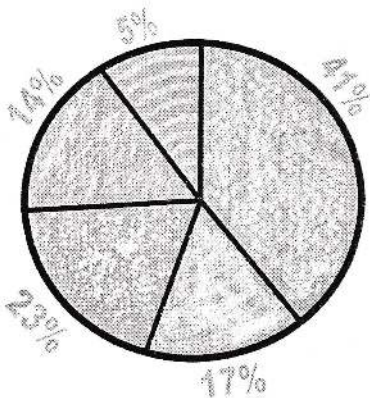


## ஓழுகு விளக்கப் படங்கள் (Flow Charts)

எதாவது ஒரு தீர்வினை அல்லது பிரச்சினை ஒன்றை தீர்ப்பதற்கான நடவடிக்கைகளை இறுதி வரை ஒழுங்குபடுத்தி மேலிருந்து கீழாக நழுவிச் செல்லும் படம் ஓழுகு விளக்க வரைபடமாகும். ஒரே பார்வையில் பிரச்சினை ஒன்றை தீர்ப்பதற்கான நடவடிக்கைகளை புரிந்து கொள்ள உதவுகின்றது. பிரச்சினைக்கான தீர்வுகள் பல கட்டங்களாக அமைக்கப்பட்டிருப்பதால் அவை ஒன்றை பின் ஒன்றாக பின்பற்றப்படும் போது தாமாகவே தீர்வு கிடைத்துவிடும் ஒரு படமாகவும் அமைகின்றது. அதாவது நமது பிரச்சினைக்கான பதிலை நாமே பெறுவது அந்த நம்பிக்கைக்கு காரணமாகின்றது.



### அச்ச வளக்க வரைபடம் (Pie Chart)



இது வட்டவடிவிலான வரைவு ஆகையினால் இதன் பகுதி பல ஆப்புகளாகப் பிரிக்கப்பட்டு அதன் மூலம் தரவுகள் வெளிப்படுத்தப்படுகின்றது. எனினும் ஏனைய வரை படங்களைப் போல மிகக் குறைந்தளவு வேறுபாட்டை துல்லியமாக காட்ட முடியாதிருப்பது இதிலுள்ள குறைபாடாகும். உதாரணமாக இப்படத்தில் 17 வீதமும் 23 வீதமும் கிட்டத்தட்ட ஒரே அளவைப்

போன்றே காணப்படுகின்றது. பாரிய வேறுபாடு தோன்றாமையினால் இதன் மூலம் தரவுகள் பெறுவது திருப்தியைத் தருவதில்லை. எனினும் பல அங்கங்கள் ஒன்று சேர்ந்து ஒரு முழுத்தொகையினை காட்ட இப்படம் உதவுகின்றது.

### 2. நிறுவனம் அமைப்பு சார்ந்த வரைபடங்கள் (Organisational Charts)

வியாபார நிறுவனங்களைப் பொறுத்த வரையில் இப்படங்களின் பயன்பாடு மிகவும் உன்னதமானது. ஒரு நிறுவனத்தின் பிரிவுகள் அதிகார நிலைகள், பல்வேறு பதவி நிலைகள் என்பவற்றை பணியாளர்களுக்கும், வெளியாருக்கும் உணர்த்துவதற்காக பயன்படுத்தப்படும் ஒரு சிறந்த சாதனமே அமைப்பு வரைபடமாகும். இதனை மேலெழுந்தவாரியாக பார்த்த உடன் குறித்த விபரங்கள் மிகத் தெளிவாக விளங்கும்.

அமைப்பு வரைபடங்கள் விரிவாக சிந்திக்கப்பட்டதன் பின் உருவாக்கப்படுவதால் படத்தினை உருவாக்கும் நிர்வாக அதிகாரி



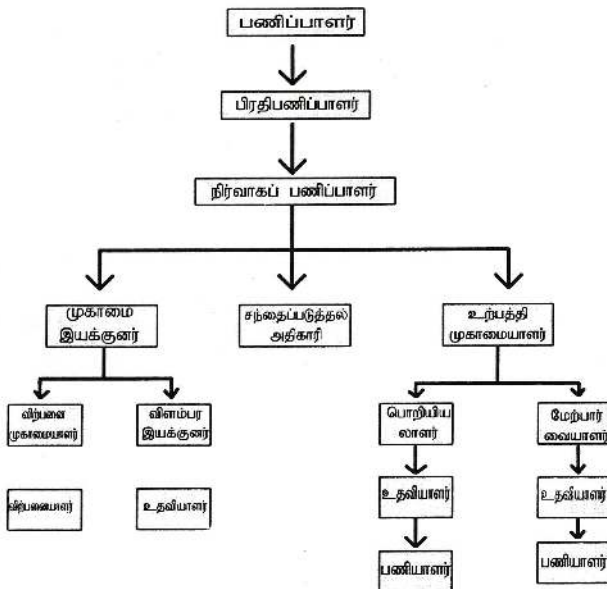
களை தீவிரமாக சிந்திக்க வைப்பதோடு அவர்களுக்கு அமைப்பு முறை பற்றிய தெளிவான உணர்வை ஏற்படுத்துகிறது. அத்துடன் புதிதாக பணிகளில் சேர்பவர்களுக்கும் நிர்வாக அமைப்பு பற்றி அறிந்து கொள்ள பெரிதும் உதவுகின்றது.

அதிகார முறையிலோ, நிர்வாக அமைப்பிலோ தேவையான மாற்றங்களை புகுத்தவும் வருங்காலத்தில் நிர்வாகத் திறமையினை மதிப்பீடு செய்யவும் மாற்றியமைக்கவும் இப்படங்களின் உதவி அவசியமாகின்றது. இவ் வரைபடங்கள் மூன்று வகைப்படும்

1. செங்குத்து வரையிடம் / மேலிருந்து கீழேநோக்கிய படம்

(Vertical Chart / Top to Down Chart)

இது ஆரம்பகாலத்திலிருந்து பயன்பாட்டிலுள்ள ஒரு வரை படமாகும். பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் இம் முறையிலேயே தமது அமைப்பு வரைபடங்களைத் தயாரிக்கின்றன.



## 2. படுகிடை வரைபடம் (Horizontal Chart)

இம்முறையில் இடமிருந்து வலமாக கருத்துக்கள் அமைப்பின் அதிகாரமுறை அல்லது பதவி முறைமை காண்பிக்கப்படுகின்றது. படிப்பதற்கு எளிதாகவுள்ள இப்படம் மிகச் சிறப்பாக அதிகாரம் செல்லும் வழியை குறித்துக் காட்டுவதோடு அவர்களின் பொறுப்புக் களையும் வரையறுத்துக் கூறுகின்றது. முறையான அதிகாரத்தின் அளவுகளை ஒப்பிட்டுப் பார்ப்பதற்கும் இப்படம் உதவியாகவுள்ளது.

**குறிப்பு :-** செங்குத்து வரைபடத்தை படுகிடை வரைபடமாக்கி பார்க்கவும்.

## 3. வட்ட வடிவ வரைபடம்

இப்படமானது நடுப்புள்ளியொன்றை மையமாக்கி அதில் அதிகாரபீடத்தின் மேலிடம் குறிப்பிடப்படும். அதிகார நிலைகளுக்கேற்ப அடுத்த அடுத்த வட்டத்தில் பதவிகள் குறிப்பிடப்படும். அதாவது பதவியின் முக்கியத்துவத்திற்கேற்ப வட்டம் அமைக்கப்படும். இதில் பதவிகள் - பணிகள் முக்கியத்துவத்தின் அடிப்படையில் மையப் புள்ளியிலிருந்து இடம் பெறும் அதாவது அதிமுக்கியத்துவம் வாய்ந்த பணிகள் மையத்தின் அருகிலும் அதாவது மேலாண்மையின் அருகிலும் முக்கியத்துவம் குறைந்தவை தூரத்திலும் அமையப்பெறும்.



அத்தியாயம் 10

## நவீன தகவல் தொழில்நுட்ப தொடர்பாடல் முறைகள்

### கணனி (Computer)

கணனி என்பது நாம் வழங்கும் செய்திகளை ஏற்றுக் கொண்டு சேமித்து செயலாக்கம் செய்து நமக்குப் புரியும் வகையில் வெளியீடு செய்யும் ஒரு மின்னணு சாதனமாகும். அதாவது தகவலை செயலாக்கம் செய்யும் பொறியே கணிப்பொறி முழுமை பெறாத விபரங்களை முழுமை பெற்ற தகவல்களாக மாற்றித் தரக்கூடிய இம் மின்னணு சாதனத்தால் மக்கள் வாழ்விலும், சமூக வாழ்விலும் ஏற்பட்டுள்ள மாற்றங்கள் வியப்பிற்குரியவை. பல்வேறு துறைகளிலும் தடம் பதித்துள்ள கணனி வியாபார உலகிலாற்றியுள்ள விந்தைகள் எண்ணிலடங்காதவை.

ஒரு வியாபார நிறுவனமாக இருந்தாலும் வேறு அமைப்பு சார்ந்த நிறுவனமாயினும் நமது செயற்பாடுகளை மிக ஒழுங்காக திட்டமிட்டு அதனை செயற்படுத்த வேண்டும். இதற்கு பல தரவுகள் தகவல்கள் அவசியமாகின்றன. ஒரு நிறுவனத்திற்கு தேவையான அனைத்துத் தரவுகள், தகவல்கள் என்பனவற்றை ஓர் குறிப்பிட்ட எல்லைக்குள் வைத்துப்பேணவே மனிதனால் முடியும் ஆனால் கணனி என்னும் கருவியானது ஒரு நிறுவனத்தின் - அமைப்பின் அனைத்து செயற்பாடுகளையும் திறமையாக ஆற்றுகின்றது. ஒரு வியாபார நிறுவனத்தை நூற்றுக்கு மேற்பட்ட மனிதர்கள் கட்டியாள வேண்டிய நிலை இருக்கும் போது அவை அனைத்தையும் கணனி முன் அமர்ந்து ஒருவர் செயலாற்றும் வகையில் வழி செய்து கொடுப்பது கணனியாகும்.

நிறுவனம் ஒன்றிற்கான கணக்கு வழக்குகளை திட்டமிடுவதற்கும் அதனை ஒழுங்கு செய்வதற்கு நிறுவனத் தலைவர்கள் பெரும்

பிரச்சினைகளை எதிர்நோக்கிய காலமும் உண்டு ஆனால் கணினியின் வருகையானது அதனை ஒரு சாவியில் (Key) அடைத்து எமது விரல் நுனித்தொடுகையில் அடக்கியுள்ளது. வேலைக்கு ஆளில்லா விட்டால் கூட இன்று நிறுவனங்களும் அமைப்புகளும் சமாளித்துக் கொள்ளும் ஆனால் கணனி இல்லாமல் அவற்றால் இயங்கவே முடியாது. கணக்கறிக்கை, புள்ளி விபரங்கள், வரைபடங்கள் என்பவற்றை மிகத் துல்லியமாகத் தருவதனால் வியாபார நிறுவனங்கள் எதிர்கொள்ளும் பல பிரச்சினைகள் இன்று மிகச் சலபமாக தீர்க்கப் படுகின்றது. தேவையான தரவுகள் சேமிப்பில் இருப்பதால் எந்த பிரச்சினைகளையும், சவால்களையும் சந்திக்க முடிவதோடு அவற்றில் வெற்றி பெறுவதற்கும் இலகுவாகவும் இருக்கின்றது.

### இணையம் (Internet)

கணனி தொழில் நுட்பத்தின் விளைவாக கண்டுபிடிக்கப்பட்ட மிக முக்கியமான சாதனம் இணையம் ஆகும். **Internet** என்ற சொல்லின் தமிழ் பதமாக அக வலைப்பின்னல் என மொழி பெயர்க்கப் பட்டாலும் அதன் கலைச் சொல்லாக இணையம் என்பதே பயன்படுத்தப் படுகின்றது. அதாவது உலகிலுள்ள கணனிகளை வலைப் பின்னலினூடாக இணைத்து உலகளாவிய தொடர்பாடல் முறைக்கு வழி செய்வதே இணையமாகும். இணையத்தின் செயற்பாடுகள் தான் இன்று உலகத்தை எம் விரல் நுனி பரிசுத்தின் கீழ் கொண்டு வந்துள்ளது என்றால் அது மிகையாகாது. இன்று மேற்கொள்ளப்படும் அனைத்து விதமான தகவல் தொழில்நுட்ப தொடர்பாடல் நடவடிக்கைகளுக்கும் காரணமாக இருப்பது இணையம் ஆகும்.

உலகத்திலுள்ள அனைத்துத் துறைகள் பற்றிய அறிவினை ஒரே இடத்தில் ஒரே நேரத்தில் முழுமையாக பெறுவதற்கு இணையம் உதவுகிறது. நேரவிரயம், அலைச்சல் என்பன தவிர்க்கப்பட்டு புதிய நோக்கில் பன்முகப்பட்ட அறிவுத்துறைகள் வளர்வதற்குரிய வாய்ப்பினை மிக இலகுவாக ஏற்படுத்தித் தருவதில் இணையத்திற்கு நிகரானது வேறு எதுவுமில்லை. உலகத் தொடர்புகள் ஓடினாலும் உலகை ஒரு புள்ளியாக மாற்றியுள்ளமை வியத்தகு செயலாகும்.

தொடர்பாடல் தொழில் நுட்பங்களான மின்னஞ்சல் (E-mail) வலை உரையாடல் (Net Chatting) ஒலி அஞ்சல் (Voice mail) கையாள்கை வலை (Use Net) என பல்வேறு வசதிகளுக்கும் வழி ஏற்படுத்திக் கொடுத்தது இணையமேயாகும். அதாவது தனி நபர்களுக்கிடையில் எழுத்து மூலமான தகவல்களை அனுப்புதல் ஒரு கணிப்பொறியிலிருந்து இன்னொரு கணிப்பொறிக்கு தகவல்களை மாற்றுதல் கடிதக் கோவைகளை மாற்றுதல் என்பன இணையம் மூலம் சாத்தியமாகின்றது. ஆகவே மக்கள் வாழ்க்கையில் மறுமலர்ச்சியை ஏற்படுத்தியதுடன் உலகில் ஒருவர் எந்த ஒரு மூலையிலும் அனைத்து விதமான தொடர்புகளோடும். வாழ வழி செய்ததில் இணையத்தின் பங்களிப்பு ஈடு இணையற்றதாகும்.

### இலத்திரனியல் தபால் (E-mail)

தபால் என்பது ஆரம்பத்தில் உடனடியான எதிரூட்டலை பெற முடியாத ஒரு வழித் தகவல் தொடர்பு சாதனமாக இருந்தது. அதாவது அதன் எதிரூட்டல் காலதாமதமானது ஒருவருக்கு கடிதம் சென்றடைய குறைந்தது மூன்று நாட்கள் ஆகும் பதில் வர மூன்று நாள் என கணக்கிடும் போது அங்கே ஒருவாரகால இடைவெளியிலேயே எதிரூட்டல் கிடைக்கிறது. ஆனால் இன்று தகவல் தொழிநுட்பத்தின் விருத்தியினால் மின்னஞ்சல் அல்லது இலத்திரனியல் தபால் என்ற தகவல் பரிமாற்று முறை உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இதனால் உலகில் எந்த ஒரு மூலையில் இருக்கும் ஒருவருடனும் எழுத்து மூலமாக ஒரு சில வினாடிக்குள் இணையம் மூலமாக தொடர்பு கொண்டு அதற்கான பதிலை உடனடியாக பெறவும் முடிகின்றது. இங்கு கடிதத்தை தகவலை தட்டச்சு செய்வதற்கு எடுக்கப்படும் நேரமே கால இடை வெளியாக அமைகின்றது.

சர்வதேச வலை பின்னலைப்பயன்படுத்தி ஒருவர் இன்னொரு வரோடு கடிதத் தொடர்பு கொள்வதற்கு இருவரிடமும் கணனி இருப்பது அவசியமாகும். இதன் மூலமாக தகவல் பரிமாற்றம் செய்யும் போது அங்கு இணைய இணைப்பை ஏற்படுத்துவதற்கு இரகசியக் குறி (Pass word) அவசியமாகின்றது. இதனால் இங்கு இரகசியத்தன்மை பேணப்படுகின்றது.

இணைய வசதியுடனான கணனித்திரையில் தகவல் அச்சிடப் பட்டு அவை சேமித்து வைக்கப்படல் வேண்டும். பின்னர் அனுப்ப வேண்டியவரின் முகவரியை சரியாக தெரிவு செய்து கட்டளையைப் பிறப்பிப்பதன் மூலம் கடிதம் அனுப்பப்படுகின்றது. ஆகவே இலத்திரனியல் அஞ்சல் மூலமான கடிதப் பரிமாற்றத்திற்கு இருவருக்கும் இலத்திரனியல் அஞ்சல் முகவரியும் அவசியம்.

மிகவும் சிக்கனமாகவும் விரைவாகவும் சர்வதேச ரீதியாகவும் செய்தி அனுப்பப்படுவதோடு, உடனடி எதிருட்டலுக்கமைய செயற்படவும் முடிகின்றது. தகவல்களை சேமித்து வைக்கவும், தேவையான போது தகவலை மறுபரிசீலனை செய்யவும் இத் தொடர்பாடல் முறை உதவியாக இருப்பதால் இன்று தகவல் தொழில் நுட்ப யுகத்தில் மிகுந்த வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளது.

### இலத்திரனியல் வர்த்தகம் (E-Commerce)

இணையத்தின் மூலமாக நடைபெறும் கொடுக்கல் வாங்கல்களே இலத்திரனியல் வர்த்தகம் என்ற சொல் குறித்து நிற்கின்றது. அதாவது இலத்திரனியல் சாதனமான இணையத்துடன் இரண்டறக் கலந்து செயற்படும் ஒரு வியாபார நடவடிக்கையாதலால் இது இப்பெயரைத் தாங்கியுள்ளது. இவ்வணிகத்தில் குறைந்த பட்சம் எண்மான தொழில் நுட்பங்களாவது (Digital Technology) பயன்படுத்தப்பட்டிருக்கும்.

வியாபார உலகில் ஆவணங்களின் பயன்பாடு என்பது மிக மிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகவும், முதன்மையானதாகவும் கருதப்பட்டது. அத்தோடு அந்த ஆவணங்களின் கையாளுகை கடினமானதாகவும் இடையூறானதாகவும் வர்த்தகர்களுக்கு பெரும் சவாலானதாகவும் இருந்தது. இந்நிலையில் வர்த்தக நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடத் தயங்கியோரும் உண்டு. ஆவணங்களை கையாளுவது மட்டுமன்றி அவற்றை பராமரிப்பதென்பது அதைவிட கடினமானதாகும். இந்த சவால்களையெல்லாம் முறியடிக்கும் வகையில் உருவானது தான் இலத்திரனியல் வர்த்தகம். ஆவணங்களின் பயன்பாட்டின்றி நடைபெறும் வர்த்தகமே இதுவாகும். சந்தை, களஞ்சியம்,

கொள்வனவு, கொடுக்கல் வாங்கல்கள் ஆகிய பல்வேறு செயற்பாடுகள் இணையத் தொடர்பின் மூலம் மிக இலகுவாக மேற்கொள்ளப் படுகின்றது. இதனால் சர்வதேச ரீதியாக வணிக நடவடிக்கைகள் விருத்தி செய்யப்பட்டுள்ளது.

### வையக விரிவுவலை (W.W.W)

இணையத்தை எடுத்து நோக்கின் அது பல்வேறு தொழில் நுட்ப செயற்பாடுகளைக் கொண்டு எம்மை வியப்பில் ஆழ்த்துகின்றது. இவற்றுள் ஒன்று அதன் வலையமைப்பாகும். இவ்வலையமைப்பானது பிரதேசவாரியான வலையமைப்பு (LAN), நெடுகப்பரவிய வலையமைப்பு (WAN) அல்லது விரிவான வலையமைப்பு என்ற வகையில் தொழில்பட்டு அதனை மேலும் விரிவுபடுத்தி உலகளாவிய வெப்தளம் (World Wide Web) என்ற நிலைக்கு எடுத்துச் சென்றுள்ளது.

இணையத்தின் மிகப் பெரிய ஆற்றல்களுள் ஒன்றாக இது இருப்பதனால் வையக விரிவு வலையாகிய உலக வெப்தளத்தினை, இணையத்திற்கு வழங்கப்படும் இன்னுமொரு பெயராகவும் குறிப்பிடுவர். உலகளாவி காணப்படும் கணினிகளை வலைப் பின்னலினுடாக இணைத்து வலையமைப்பு சூழலில் தகவல்களை பரிமாற்றிக் கொள்ளல், வகைப்படுத்தல். மீளப் பெற்றுக் கொள்ளல், தயாரித்தல், காட்சிப்படுத்தல் என்பன இதில் அடங்குகின்றன. அதாவது மேற்குறித்த செயற்பாடுகளுக்கு சர்வதேச ரீதியாக அங்கீகரிக்கப்பட்ட வலையமைப்பு வையக விரிவு வலை என இதற்கு விளக்கம் கூறலாம்.

### இலத்திரனியல் சந்தை (E-Market)

சந்தை என்று குறிப்பிடும் போது எம் முன்னால் விரிவது கொள்வோரும், கொடுப்போரும் நேரடியாக சந்தித்துக் கொள்ளும் இடம். ஜன நெரிசல் மிக்க, இரைச்சல் மிக்க ஒரு பெரிய இடப் பரப்பாகும். ஆனால் இந்த அடையாளங்கள் எதுவும் வெளியில் தெரியாமல் கொள்வோரும் கொடுப்போரும் நேரடியாக சந்திக்காமல் ஒரு சந்தை முறைமை இடம் பெறுகின்றது. இதுவே இலத்திரனியல் சந்தை என அழைக்கப்படுகின்றது.



மரபுவழி வந்த சந்தை நடவடிக்கைகளை முற்றிலுமாக மாற்றியமைத்து நவீன முறையிலான புதிய சந்தை அமைப்பு உருவாகுவதற்கு இலத்திரனியல் வர்த்தகம் காரணமாக இருந்தது. உலகளாவிய ரீதியில் விற்போரும் வாங்குவோரும் இலத்திரனியல் தொழில் நுட்பத்தினுடாக இணைந்து கொடுக்கல் வாங்கல் நடவடிக்கைகளையும், வியாபார சேவைகளையும் மேற்கொள்வதே இலத்திரனியல் சந்தை எனப்படுகிறது.

இலத்திரனியல் சாதனங்கள் மூலமாக கொள்வோரும் கொடுப்போரும் இடரீதியாக தொடர்பு கொள்ளாமல் மறைமுகமாக தொடர்பு கொள்கின்றனர். இன்று சர்வதேசச் சந்தையை இலத்திரனியல் வர்த்தகம் ஆட்கொண்டுள்ளது. நவீன வர்த்தக சவால்களுக்கும் முகம் கொடுக்க இச் சந்தை வாய்ப்பளிக்கின்றது. உலகின் எந்த ஒரு இடத்திலிருந்தும் வியாபாரிகளுக்கும் வாடிக்கையாளருக்கும் உலகமயமாக்கல் சந்தையில் நுழைவதற்கு வாய்ப்பேற்படுகின்றது.

மரபுவழி வந்த வர்த்தக நடவடிக்கைகள் ஆவண பயன்பாட்டுடன் கூடியவை ஆனால் இம் மின்னியல் சந்தை வர்த்தகமானது ஆவண பயன்பாடின்றி நடைபெற்றாலும் அனைத்து கொடுக்கல் வாங்கல் நடவடிக்கைகளும் துல்லியமாக நடைபெறுகின்றது. அதாவது வாடிக்கையாளரைத் தெரிதல், விலை உடன்பாடு, பட்டியலிடல், பட்டியல் செலுத்தல், கட்டளை இடல் கொடுப்பனவு என அனைத்து வியாபார நடவடிக்கைகளும் எண்மான முறையில் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.

இயந்திர மயமான இத்தொழில் நுட்பயுகத்தில் ஏனைய துறையினரைப் போல வர்த்தகத் துறையினரும் தொழில் நுட்பத்துடன் இணைந்து போட்டியிட்டுக் கொண்டு முன்னேறுவதற்கு இலத்திரனியல் சந்தை வியாபாரிகளுக்கு பெரும் வரப்பிரசாதமாக அமைகின்றது.

### பல்லுடகம் (Multimedia)

மனிதனின் மூளையின் விளைவான கணனி அதே மனிதனால் செய்ய முடியாத பல அருஞ்செயல்களை ஆற்றுவதற்கு ஒரு

கணினியால் மட்டும் முடியாது. ஆகவே அதனுடன் வேறும் பல கருவிகளை இணைத்துக் கொண்டு பல்வேறுபட்ட பன்முகத் தன்மையான செயல்களை மிகச் சிறப்பாக ஆற்றுகின்றது. பல்வேறு கருவிகளை இணைத்துக் கொண்டு செய்யும் பன்முகப்பட்ட செயற்பாடே பல்லூடகத் தன்மை எனப்படும். சுருங்கக் கூறினால் பல்வேறு பணிகளை ஆற்றும் ஒரு கணனி பல்லூடகம் எனப்படும்.

பல்லூடகத் தன்மையில் பின்வரும் பணிகள் அடங்குகின்றன.

1. தொலைத் தொடர்பு
2. புகைப்படப் பிடிப்பு
3. வடிவமைப்பு
4. இசை
5. ஒலி, ஒளி
6. வரைபு
7. சலனப் படம்
8. கற்பனை சக்தி
9. எழுத்து
10. புத்தகம் தயாரித்தல் என்பனவாகும்.

மனிதனின் கட்டளைகளை ஏற்று மனிதனுக்கு புரியக்கூடிய வகையில் இலத்திரனியல் விடைகளை மாற்றித் தருவது கணனி இது திரை, அச்சுக்கருவி, புள்ளி, ஒளிக்கதிர், வரைபட அச்சுக்கருவி, ஒலி பெருக்கி, புகைப்படக் கருவி ஆகியவற்றின் உதவியுடன் தன் பல்லூடகத் தன்மையை வெளிப்படுத்தும். எழுத்தாகவும், படமாகவும், வரைபடமாகவும், பல கோணங்களில் தருகின்றது. இதனால் தான் மனிதனால் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட கணனி மனிதனால் முடியாத அருஞ் செயல்களையும் ஆற்றவல்லது எனக்குறிப்பிடுகின்றனர்.

அத்தியாயம் 11

## பின்னிணைப்பு

### I. சிறுகுறிப்புகள்

#### \* வர்த்தமானி அறிவித்தல் (Gazette)

இது இலங்கை ஜனநாயக சோசலிச குடியரசு அரசாங்கத்தினால் வெளியிடப்படும் வாராந்த அறிவித்தல் பத்திரிகை ஆகும். இது பிரதி வெள்ளிக்கிழமை தோறும் வெளிவருகின்றது. முற்று முழுதாக அரசாங்க ஏடாகவே இது அமைகின்றமையினால் அரச சார்பான தகவல்களையே முழுமையாகத் தாங்கி வருகின்றது. அரசாங்க வேலைவாய்ப்புச் செய்திகள், அறிவித்தல் விளம்பரங்கள் என்பவற்றை வெளியிடும் தனித்துவமான ஒரு ஏடாக இது அமைகின்றது.

அரச திணைக்களங்கள், பாடசாலைகள், கல்லூரிகள், நிறுவனங்கள் ஆகியவற்றில் காணப்படும் பதவி வெற்றிடங்களுக்கு விண்ணப்பம் கோரல், தொழில் நுட்பக் கல்லூரி, ஆசிரியர் பயிற்சிக் கல்லூரிகளில் மாணவர்களை சேர்த்துக் கொள்வதற்கான விண்ணப்பம் என்பன முக்கியமாக இதில் வெளிவருகின்றன. விண்ணப்பத்தோடு பயிற்சி நெறிகள் பற்றிய விபரமும் இதிலிடம் பெற்றிருக்கும். செய்திகள், தகவல்கள் யாவும் தமிழ், சிங்களம், ஆங்கிலம் ஆகிய மூன்று மொழிகளிலும் இடம் பெற்றிருப்பதனால் அனைத்து தரப்பு மக்களும் பயனைப் பெறுகின்றனர்.

ஏல் விற்பனை வரி அறிவித்தல், அறிவித்தல் என்பன போன்ற விடயங்களையும் தாங்கி வாராந்தம் தங்குதடையின்றி வெளிவருகின்றது. அத்தோடு பாதுகாப்புப் பிரிவினருக்கான செய்திகளையும் தாங்கி வருகிறது. (இராணுவ, பொலிஸ் பிரிவுகளுக்கு ஆட்சேர்த்தல்) ஜனரஞ்சகத்தன்மை நம்பகத்தன்மை என்பவற்றை முழுமையாகக் கொண்டுள்ள இப்பத்திரிகை தொடர்ந்து வெளிவந்து மக்களுக்கு சேவையாற்றி வருகின்றது.

### ✽ மஞ்சள் விபரக்கொத்து (Yellow Page)

இலங்கை தொலைத் தொடர்பு நிறுவனத்தால் வெளியிடப் படுகிறது. தொலைபேசி விபரக்கொத்து என பெயர் தாங்கியுள்ளமைக்கு அமைவாக முழுமையான தொலைத் தொடர்பு விபரங்களையே கொண்டுள்ளது. தகவல் தொலைபேசி பற்றியதாக உள்ளது எனினும் விளம்பரங்களே இவ்வேட்டினை முழுமையாக ஆக்கிரமித்துள்ளன. அரசு தனியார் விளம்பரங்களை மிகக் குறைந்த செலவில் வெளியிடும் ஒரு விபரப் புத்தகம் இதுவாகும்.

தொலைபேசி இலக்கங்கள் மிக இலகுவாக கண்டுபிடிக்கக் கூடிய வகையில் பிரிவுகளாகப் பிரித்து குறிப்பிடப்பட்டிருப்பதால் வாடிக்கையாளருக்கு பெரும் நன்மை பயக்கின்றது. அதாவது மிக முக்கியமான விஷேடமான இலக்கங்கள் ஓர் ஒழுங்கில் தொகுக்கப்பட்டு வெளியிடப்பட்டுள்ளமை இதன் தனித்தன்மையாகும். தொலைபேசி பாவனையாளர்களுக்கு இலவசமாக வழங்கப்படுவதால் அநேகமானோர் இதனை பயன்படுத்துகினர். இலவசமாக விநியோகிக்கப்படுவதால் பெருந்தொகையான மக்களைச் சென்றடைகின்றது. இதுவும் தங்குதடையின்றி மக்கள் வரவேற்பைப் பெற்று வெளிவரும் தலைசிறந்த ஏடாகும்.

### ✽ சுவரொட்டிகள் (Poster)

சுவரொட்டி என்பது பொதுமக்கள் தொடர்பு சாதன முறையாக இருப்பதாலும் வியாபார நிறுவனங்கள் கூட தமது வியாபார நோக்கங்கள் பலவற்றிற்கு சுவரொட்டிகளை பயன்படுத்துகின்றன. சுவரில் ஒட்டப்படுவதனால் சுவரொட்டி என்ற பெயரை இது பெறுகின்றது. அதனால் இன்று விளம்பரங்கள், துண்டுப்பிரசுரங்கள், அறிவித்தல்கள், பதாகைச் செய்திகள் என்பவை கூட சுவர்களில் ஒட்டப்படுகின்றன. ஆகையால் சுவரொட்டி என்பதற்கு தனியான வரைவிலக்கணம் கூறமுடியும்.

ஆகவே வகைப்படுத்தும் போது இதனை விளம்பரவகை அறிவித்தல் வகை என்று குறிப்பிடுகின்றனர். மேலும் சுவரொட்டியினை

1. அரசியல் சார்ந்தவை
2. பொதுத்துறை சார்ந்தவை
3. வியாபாரத் துறை சார்ந்தவை
4. களியாட்டு விழாக்கள் சார்ந்தவை
5. விளையாட்டுக்கள் சார்ந்தவை
6. கல்வி சார்ந்தவை

தலைநகர இளைஞர் சங்கம்  
மாநகராட்சி மன்றம்  
சாதிப்பாலை.

என பல பிரிவுகளாக பிரிக்கலாம். மிகவும் எளிமையான ஒரு தகவல் அளிப்பு முறையாக இருந்தாலும் கூட இது மக்கள் தொடர்பு சாதனங்களான தொலைக்காட்சி, வானொலி போன்று பெருந்தொகையான மக்களுக்கு செய்தியினை வழங்குகிறது. ஆற்றல் மிக்க தொடர்பாடல் முறைகள் கொண்டிருக்க வேண்டிய தெளிவு, சுருக்கம், விரைவு, முழுமை, சிக்கனம் ஆகிய பண்புகளையும் கொண்டு விளங்குகின்றது. எனவே ஆரம்ப காலம் முதல் இன்றைய தொழில் நுட்ப வளர்ச்சிக் காலம் வரை தன் செல்வாக்கை தக்கவைத்துக் கொண்டிருக்கின்றது.

பொது மக்களின் கருத்துக்களை மாற்றும் சக்தியுடைய இச்சாதனம் மக்களை ஈர்க்கக் கூடிய வகையில் மிகவும் சுருக்கமாக தாயாறிக்கப்பட வேண்டும். பேருந்தில் பிரயாணம் செய்கின்ற ஒருவர் வாசிக்க நேரலாம். எனவே பெரிய எழுத்துக்களில் ஓரிரு வார்த்தைகளில் இதில் செய்தி அமையவேண்டும். ஏனெனில் இவை ஒருவருக்கு விநியோகிக்கப்படுவதும் இல்லை வாசிக்குமாறு கட்டளையிடப்படுவதமில்லை. மக்கள் தாமாகவே முன் வந்து வாசிக்கும் ஒரு சாதனமாகையினால் இதனை அதற்கேற்ற வகையில் கவர்ச்சிகரமானதாக தயாரிக்க வேண்டும்.

மக்கள் கவரும் வகையில் விழிப்பு, எழுத்து, படங்கள், நிறங்கள், வடிவம், மொழிநடை என்பன கருத்திற் கொள்ளப்பட்டு சுவரொட்டி ஒன்று தயாரிக்கப்பட வேண்டும்.

## மாதிரி சுவரொட்டி

**சுத்தம் சுகம் தரும்**

**அன்பார்ந்த மக்களே !**

**அகத்தாய்மை மட்டுமல்ல  
புறத்தாய்மையும் அவசியம்  
ஆகவே கைகோர்த்து சுற்றாடலை  
சுத்தப்படுத்துவோம் வாரீர் !**

நேரம் : காலை 10 மணி  
இடம் : ஜம்படா வீதி  
காலம் : 15.05.2008

### \* அறிவித்தல் பலகை (Notice Board)

வியாபார நிறுவனங்கள் மட்டுமல்லாமல் அனைத்து அமைப்புக்களும் பொதுவாகப் பயன்படுத்தும் பகிரங்கமான தொடர்பு முறை அறிவித்தலாகும். அமைப்பிலுள்ள அனைத்து உறுப்பினர்களினதும் பார்வை படுமிடங்களில் இப்பலகை வைக்கப்பட்டு அதில் வழங்கப்பட வேண்டிய தகவல் எழுத்து மூலமாக எழுதப்பட்டு ஒட்டப்பட்டிருக்கும். உதாரணமாக நிறுவனத்தின் நுழைவாயிலில், கையொப்பமிடும் புத்தக மேசையருகில், உணவுச் சாலையில், ஊழியர்கள் அதிகமாக நடமாடும் இடங்களில் இப்பலகை இடம் பெற்றிருக்கும்.

உடனடியாக அனைவருக்கும் அறிவிக்க வேண்டிய பொதுவான செய்திகள், விசேட செய்திகள் இதிலிடம் பெறும். பாடசாலைகளாக இருந்தால் மாணவர்களுக்கான பரீட்சை நேர அட்டவணை, பரீட்சை பெறுபேறு, விடுமுறை பற்றிய அறிவிப்பு, பொது நிகழ்வுகள் நடைபெறுவது பற்றிய விபரம் என்பன அறிவித்தல் பலகையில் இடம் பெறும்

### \* கூரியர் சேவை / விரைதூதர் சேவை (Courier Service)

இது கடிதங்களையும் குறிப்பிட்டளவு கொள்ளவுடைய பொதிகளையும் ஆகாயமார்க்கமாக மிக விரைவாக ஒரு நபருக்கு கிடைக்க வழி செய்யும் அதி நவீன சேவையாகும். கட்டணங்கள் அறவிடப்பட்டாலும் கடிதங்களும் பொதிகளும் எந்த விதமான சேதத்திற்கும் உட்படாமல் உரியவருக்கு உரியகாலத்தில் கிடைக்கும் வகையில் சேவை வழங்குவதால் மக்களிடையே பெரும் வரவேற்பை பெற்றுள்ளது. இன்று ஒரு நாட்டிலுள்ள மக்கள் தொழிலுக்காகவும், மருத்துவ வசதிகளுக்காகவும், உயர் கல்விவினைப் பெறுவதற்காகவும் உலக நாடுகள் அனைத்திலும் பரந்து வாழ்கின்றனர். உறவினர் ஏதாவது ஒரு தூர தேசத்தில் வாழ்கின்றனர். இந்நிலையில் விரைதூதர் சேவையின் பணி அளப்பரியதாக அமைகின்றது இன்றைய காலத்தின் கட்டாயத் தேவைகளில் ஒன்றாகவும் இது அமைகின்றது.

இலங்கையில் உள்ள ஒருவருக்கு அவசர சிகிச்சையின் பொருட்டு மருந்துவகை தேவைப்படுமானால் அதனை உடனடியாக ஏதாவது வெளிநாடுகளிலிருந்து பெற்றுக் கொள்வதற்கு இக்கூரியர் சேவை உதவுகின்றது. அல்லது கல்வி கற்கச் சென்ற ஒருவருக்கு தன்னுடைய நாட்டிலிருந்து ஒரு ஆவணத்தைப் பெறவேண்டியுள்ளது அப்போது இச்சேவையை நாடமுடிகின்றது. இவ்வாறு மிக அவசரமான தேவைகளை உடனடியாக நிறைவேற்ற வழிசெய்து கொடுக்கின்ற மையால் இதுவும் மக்களிடம் பெரிதும் வரவேற்புக்குள்ளாகியுள்ளது.

## யாட்சை வினாக்கள்

### பகுதி I

1. (i) “தொடர்பாடல் என்பது யாதாயினுமோர் இடத்தில் தெரிந் தெடுக்கப்பட்ட செய்தியை வேறோர் இடத்தில் அவ்வாறே மீள வமைத்தலாகும்”.
- இதில் உள்ளார்ந்த தொடர்பாடல் செயன்முறையைச் சுருக்க மாகக் குறிப்பிடுக.
- (04 புள்ளிகள்)
- (ii) “தொடர்பாடலில் பலமிக்க ஊடகம் மொழியாக இருக்கிற போதிலும் அது ஒரே ஊடகமன்று”. இதனை நிறுவுவதற்கு ஆறு விடயங்களைக் குறிப்பிடுக.
- (06 புள்ளிகள்)
2. (i) செவிமடுத்தலுக்கும் கேட்டலுக்குமிடையே உள்ள நான்கு வேறுபாடுகளைக் குறிப்பிடுக.
- (02 புள்ளிகள்)
- (ii) பயன்படு (effective) தொடர்பாடலில் உள்ள ஆறு தடைகளைக் குறிப்பிடுக.
- (03 புள்ளிகள்)
- (iii) வியாபாரப் பணிகளில் தொடர்பாடல் தடையை நீக்குவதற்கான நான்கு யோசனைகளைத் தெரிவிக்க.
- (05 புள்ளிகள்)
3. (i) வியாபாரத் தாபனத்தில் நடைபெறும் முறைசாராத் தொடர் பாடலை இனங்காண்க.
- (02 புள்ளிகள்)
- (ii) முறைசாராத் தொடர்பாடலின் மூன்று கோலங்களை வரிப்படத்தில் காட்டிப் பெயரிடுக.
- (03 புள்ளிகள்)



- (iii) அத்தகைய ஒரு தாபனத்திற்கு முறைசாராத் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவத்தை ஐந்து விடயங்களினூடாக மதிப்பீடுக.  
(05 புள்ளிகள்)

4. பின்வருவன பற்றிச் சுருக்கக் குறிப்புகள் எழுதுக.

- (i) வியாபார வரை கடப்பிடம் (Web site)
- (ii) தொலைநகல் (Fax) சேவை
- (iii) தந்தி
- (iv) பல்வேறு தாபன அறிக்கைகள்
- (v) பாய்ச்சற் கோட்டுப் படங்கள்

(10 புள்ளிகள்)

5. (i) திட்டம், ஒழுங்கமைப்பு, வழிப்படுத்தல், நிருவாகம், மதிப்பீடு எனும் முகாமைச் செயன்முறைக்கும் தொடர்பாடலுக்குமிடையே உள்ள தொடர்புடைமையைச் சுருக்கமாகக் குறிப்பிடுக.

(03 புள்ளிகள்)

(ii) இங்கு பயன்படுத்தப்படும் தொடர்பாடல் உபகரணங்களைக் குறிப்பிடுக.

(03 புள்ளிகள்)

(iii) முகாமையாளர் ஒருவர் தன்னிடம் விருத்திசெய்ய வேண்டிய நான்கு தொடர்பாடல் திறன்களைக் குறிப்பிடுக.

(04 புள்ளிகள்)

6. (i) பொதுத் தொடர்பாடல் ஊடகங்களாகச் செய்தித்தாள், சஞ்சிகை ஆகியவற்றின் வகிபாகத்தைப் பற்றி விமர்சிக்க.

(02 புள்ளிகள்)

(ii) வியாபாரத் தகவல் தொடர்பாடலில் அவற்றின் அநுகூலங்களையும் பிரதிகூலங்களையும் அட்டவணையாக முன்வைக்க.

(04 புள்ளிகள்)

(iii) வியாபாரத் தாபனம் ஒன்றுக்குச் சந்தைப்படுத்தும் முகாமையாளர் பதவிக்கு ஆட்களை சேர்ப்பதற்குச் செய்தித்தாளில் வெளியிடுவதற்கான மாதிரி விண்ணப்பத்தைத் தயாரிக்க

(04 புள்ளிகள்)

## பகுதி II

7. (i) அறிக்கையைத் தயாரிக்கையில் கவனஞ் செலுத்த வேண்டிய விடயங்களை ஆராய்க.

(10 புள்ளிகள்)

(ii) ஒரு குறித்த போகப் (luxury) பொருளை உற்பத்திசெய்யும் நிறுவனத்தின் விளம்பர அலுவலர் நீர் பணியாற்றுகிறீர். அந் நிறுவனத்தின் பொருட்களை விளம்பரப்படுத்துவதற்கு மின் னூடகங்களான வானொலியையும் தொலைக்காட்சியையும் பயன்படுத்துவதன் முக்கியத்தும் பற்றி முகாமையாளருக்கு அனுப்புவதற்கான அறிக்கையை எழுதுக.

(10 புள்ளிகள்)

8. அதிக எண்ணிக்கையில் ஊழியர்களும் இலங்கை முழுவதிலும் கிளை வலையமைப்பும் உள்ள ஒரு கம்பனியின் மனித வள முகாமையாளர் என்ற ரீதியில் உயர்ந்தபட்ச வினைத்திறனையும் பலன்தருதிறனையும் அடைவதை நீர் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளீர். அதற்காகப் பணியாளர் குழுவிற்கு அறிவுறுத்துவதற்கு அவர்களுக்கு வழங்க வேண்டிய ஒழுங்காற்று நடத்தைபற்றிய அறிவுறுத்தல்கள் இடம்பெறும் சுற்று நிருபத்தைத் தயாரிக்க.

(20 புள்ளிகள்)

9. (i) அட்டவணை என்பதை அறிமுகஞ் செய்க.

(05 புள்ளிகள்)

(ii) பல்வேறு தகவல்களை அட்டவணையில் காட்டுவதன் மூலம் பெறத்தக்க பயன்களைப் பற்றி விமர்சிக்க

(05 புள்ளிகள்)

(iii) 2003 ஆம் ஆண்டிலிருந்து 2005 ஆம் ஆண்டு வரைக்கும் இலங்கை ஒவ்வொரு நாட்டிற்கும் ஏற்றுமதி செய்த இறப்பாரின் அளவுகள் மெட்ரிக்தொன்னில் தரப்பட்டுள்ளன. இதனைப் பரிசீலித்து, உரிய தரவுகளை அட்டவணைப்படுத்துக.

2003ஆம் ஆண்டிலிருந்து ஐரோப்பிய ஒன்றியம் 9.6, இந்தியா 2.2, யப்பான் 2.5, பாகிஸ்தான் 9.0, ஹொங்கொங் 0.4, ஐக்கிய அமெரிக்க அரசுகள் 4.3, ஏனைய நாடுகள் 9.3, மொத்த எண்ணிக்கை 35.3

2004ஆம் ஆண்டில் பார்க்கச் சிறிதளவு அதிகரிப்புக் காணப் படுகின்றது. ஐரோப்பிய ஒன்றியம் 10.5, இந்தியா 2.3, யப்பான் 2.4, ஹொங்கொங் 0.6, பாகிஸ்தான் 9.3, ஐக்கிய அமெரிக்க அரசுகள் 5.1, ஏனைய நாடுகள் 10.3, மொத்த எண்ணிக்கை 40.5

எனினும் 2005ஆம் ஆண்டில் மறுபடியும் 2003 ஆண்டிலும் பார்க்கக் குறைந்துள்ளதாகத் தெரிகின்றது. ஐரோப்பிய சங்கம் 9.00, ஐக்கிய அமெரிக்க அரசுகள் 3.3, யப்பான் 2.3, ஹொங்கொங் 1.0, பாகிஸ்தான் 7.1, இந்தியா 1.7, ஏனைய நாடுகள் 7.4, மொத்த எண்ணிக்கை 31.6

(10 புள்ளிகள்)

10. பின்வரும் தகவல்களைப் பயன்படுத்திக் “காவேரி கம்பனியின்” 2005 ஆண்டின் பல்வேறு தரங்களில் உள்ள ஊழியர் எண்ணிக்கையை வகைகுறிக்கும் வட்ட வரைபை அமைக்க. எல்லாக் கணிப்புகளையும் அட்டவணையின் மூலம் தெளிவாகக் காட்டுக.

முகாமையாளர்கள் 25 பேரும் எழுதுநர், சமாந்தரத் தரங்களில் 960 பேரும் சிற்றாழியர் தரத்தில் 288 பேரும் தொழினுட்பத் தரத்தில் 1200 பேரும் உள்ளனர்.

(20 புள்ளிகள்)

## பரீட்சை வினாக்கள்

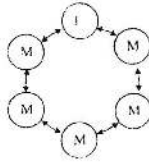
### பகுதி I

1. (i) தொடர்பாடல் என்பதால் கருதப்படுவது யாது? வரையறுக்க.  
(2 புள்ளிகள்)
- (ii) தொடர்பாடல் செயன்முறையின் அடிப்படை அம்சங்கள் பின்வரும் பதங்களினால் கருதப்படுகின்றன. இப்பதங்கள் ஒரு வரிப்படத்தில் ஒழுங்காக உருப்படிகளாக அமைத்துக் காட்டுக.  
பின்னூட்டல், செய்தி, மூலம், செய்தியைப் பெறுபவர், ஒலி, செல்வழி, குறிமுறையாக்கம், குறிமுறையவிழ்த்தல், கருத்து  
(5 புள்ளிகள்)
- (iii) தொடர்பாடலின் ஒரே ஊடகம் மொழியன்று. எனினும் பல மிக்க ஊடகம் மொழியாகும். ஐந்து காரணங்களைக் காட்டுக.  
(3 புள்ளிகள்)
2. (i) வியாபாரத் தொடர்பாடலின் நான்கு முக்கிய குறிக்கோள்களைக் காட்டுக.  
(2 புள்ளிகள்)
- (ii) இரு வழித் தொடர்பாடல் என்பது யாது? விளக்குக.  
(3 புள்ளிகள்)
- (iii) ஆட்களுக்கிடையிலான தொடர்பாடலின் ஐந்து பிரச்சினைகளைச் சுருக்கமாக காட்டுக.  
(5 புள்ளிகள்)
3. வியாபாரத்தை வெற்றிகரமாக நடத்துவதில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணி அதன் தொடர்பாடலாகும்.  
(i) அதில் பயன்படுத்தப்படும் பிரதான தொடர்பாடல் முறைகளைப் பெயரிடுக.  
(2 புள்ளிகள்)

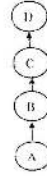
(ii) தற்கால வியாபாரத்தின் புறத் தொடர்பாடலின் மூலம் எத் தகவல்கள் ஊடுகடத்தப்படுகின்றன? பயன்படுத்தப்படும் ஐந்து ஊடகங்களை எழுதுக. (6 புள்ளிகள்)

(iii) மேற்குறித்த முகாமைத்துவத்தின் மூலம் பயன்படுத்தப்படும் தொடர்பாடல் முறைகளைச் சுருக்கமாகக் காட்டுக. (2 புள்ளிகள்)

4. வியாபார ஒழுங்கமைப்பினுள்ளே பயன்படுத்தப்படும் இரு தொடர்பாடல் வலையமைப்புகள் கீழே காணப்படுகின்றன.



(a)



(b)

(i) மேற்குறித்த தொடர்பாடல் வலையமைப்புகளைப் பாகு படுத்திப் பெயரிடுக. (5 புள்ளிகள்)

(ii) இவ்விரு வகைத் தொடர்பாடல் வலையமைப்புகளும் வியாபார முகமைத்துவப் பணிகளை ஒழுங்குபடுத்த உதவும் விதத்தைச் சுருக்கமாகக் காட்டுக. (5 புள்ளிகள்)

5. (i) வியாபார நடவடிக்கைகளில் பயன்படுத்தப்படும் ஐந்து வாய் மொழித் தொடர்பாடல் முறைகளைப் பெயரிடுக. (2 புள்ளிகள்)

(ii) வாய்மொழியல்லாத தொடர்பாடலைக் காட்டிலும் வாய் மொழித் தொடர்பாடலின் நான்கு வலிமைகளை எழுதுக. (3 புள்ளிகள்)

(iii) வியாபாரப் பணிகளில் வாய்மொழியல்லாதத் தொடர்பாடல் பயன் படுத்தப்படும் நான்கு சந்தர்ப்பங்களை உதாரணங்களுடன் விளக்குக. (5 புள்ளிகள்)

6. (i) தற்காலத்தில் தொழினுட்பவியலில் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றம் காரணமாக எழுத்துருவத் தொடர்பாடலில் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றத்தைச் சுருக்கமாகக் காட்டுக.

(2 புள்ளிகள்)

(ii) வியாபார நிறுவகங்களில் ஆட்களிடையேயான தொடர் பாடலுக்கு உதவும் ஆறு எழுத்துருவத் தொடர்பாடல் உப கரணங்களைப் பெயரிடுக.

(3 புள்ளிகள்)

(iii) எழுத்துருவத் தொடர்பாடலின் மூலம் செய்தியைத் தயாரிக்கும்போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய ஐந்து முக்கிய விடயங்களைப் பற்றிச் சுருக்கக் குறிப்புகள் எழுதுக.

(5 புள்ளிகள்)

7. (i) அரசகருமக் கடிதத்தில் இடம்பெற வேண்டிய அடிப்படை அம்சங்களில் உள்ள தொடர்பாடல் இயல்புகளை ஒழுங்காக எழுதுக.

(5 புள்ளிகள்)

(ii) அலுவலகப் பணிகளில் அரசகருமக் கடிதங்களைக் கோப்பிலிடும் போது கோப்புகள் பேணப்பட வேண்டிய முறையியலைச் சுருக்கமாகக் காட்டுக.

(3 புள்ளிகள்)

(iii) அறிவித்தலினதும் வாழ்க்கைத் தரவு அறிக்கையினதும் ஒற்றுமைகளையும் வேற்றுமைகளையும் ஒப்பிடுக.

(2 புள்ளிகள்)

8. பின்வரும் தொடர்பாடல் முறைகள் பற்றிச் சுருக்கக் குறிப்புகள் எழுதுக. மின்னஞ்சல், தொலைநகல் (Fax), வானொலி, கலந்துரையாடல்,

## பரீட்சை வினாக்கள்

### பகுதி I

1. (i) தொடர்பாடல் செயன்முறை பூரணமடைவதற்கான காரணிகளை ஒரு வரிபடத்தின் மூலம் காட்டுக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) “வெற்றிகரமான தொடர்பாடல் பணிக்கு முதலில் நீர் உமது சந்தாதாரர் (Subscriber) பற்றிச் சிந்திக்க வேண்டும்”. இதில் உள்ளார்ந்த கருத்தைச் சுருக்கமாகக் குறிப்பிடுக.  
(05 புள்ளிகள்)
2. (i) “வாய்மொழித் தொடர்பாடல் வியாபாரப் பணிகளைச் சிலவேளைகளில் வினைத்திறனுடன் செய்வதற்கும் வேறு சிலவேளைகளில் வினைத்திறனின்றிச் செய்வதற்கும் வழிவகுக்கின்றது”. ஐந்து விடயங்கள் வீதம் தந்து இதனைக் காட்டுக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) ஓர் அமையத்தில் எச்சரிக்கை எந்தப் பிரச்சினைக்குரிய சந்தர்ப்பங்கள் எழும்போது பிரயோகிக்கப்படும் உத்தியாகுமென விம்சிக்க. (ஐந்து விடயங்கள் போதும்.)  
(02 ½ புள்ளிகள்)
- (iii) எச்சரிப்பவர் தமது பணியை வெற்றிகரமாக்கப் பின்பற்ற வேண்டிய ஐந்து உத்திகளைக் குறிப்பிடுக.  
(02 ½ புள்ளிகள்)
3. (i) “விளம்பரம் தொடர்பாடலின் ஒரு விசேட பணியாகும்”. இதன் தொடர்புடைமையைக் காட்டுக.  
(04 புள்ளிகள்)

- (ii) வானொலி, அச்சிட்ட வெளியீடுகள் ஆகியவற்றை வியாபாரப் பணிகளை விளம்பரப்படுத்தப் பயன்படுத்துவதன் அருகூலங்களையும் பிரதிகூலங்களையும் ஓர் அட்டவணையில் எடுத்துரைக்க. (ஆறு விடயங்கள் வீதம் போதுமானவை)
- (06 புள்ளிகள்)
4. (i) கணினி வலையமைப்பு என்பதைச் சுருக்கமாக அறிமுகஞ் செய்க.
- (02 புள்ளிகள்)
- (ii) முழு உலகமும் தகவல்களை ஒரே கூரையின் கீழ்ப் பெறத்தக்க விதத்தை விளக்குக.
- (03 புள்ளிகள்)
- (iii) வியாபாரத் தகவல் பரிமாற்றத்தை மேலும் வினைத்திறனுடன் செய்வதற்குக் கணினி வலையமைப்பு பொருத்தமாகப் பயன்படுத்தப்படும் விதத்தை உதாரணங்களின் மூலம் காட்டுக.
- (05 புள்ளிகள்)
5. (i) பிரசித்திபெற்ற தொடர்பாடல் ஊடகமாக இணைத்தின் முக்கியத்தைப் பற்றி ஆறு விடயங்களைக் கொண்டு விமர்சிக்க.
- (06 புள்ளிகள்)
- (ii) பின்வரும் வலைகடப்பிடங்களைப் (Websites) பயன்படுத்தி இரு வியாபார நிறுவகங்களுக்கு மின்னஞ்சல் முகவரிகளை எழுதுக.  
<http://www.yahoo.com>  
<http://www.MSN.com>
- (06 புள்ளிகள்)



## பகுதி II

6. தொழில் திணைக்களத்தின் மனித வள இடுகைப் பிரிவு கைத்தொழில் பயிலுநர்களுக்காக ஒழுங்கு செய்துள்ள தொழில் வழிகாட்டல் செயலம்வை 2004.01.25ஆந் தேதி தொழில் அமைச்சின் கேட்போர் கூடத்தில் நடத்தத் தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ளது. நீர் அச்செயலம்வை ஒழுங்குசெய்யும் செயற்றிட்ட அலுவலரெனக் கொள்க. அன்று நடைபெறவுள்ள அங்குராப்பண வைபவத்தையும் செயலம்வையும் ஒழுங்கு செய்தல் தொடர்பாக நடைபெற்ற கலந்துரையாடலின் ஒரு பகுதி கீழே தரப்பட்டுள்ளது.

செயலாளர் - எம்மிடம் பெரிய பொறுப்பு கையளிக்கப்பட்டுள்ளது. நீங்கள் அறிவீர்களென நினைக்கிறேன்.

நீர் - ஆம்... நாட்டில் தொழில் பிரச்சினைதான் பெரிய பிரச்சினை. சரியான தொழில் வழிகாட்டல் இல்லை. இது தொடர்பான செயலம்வை ஒழுங்கு செய்யும் பணியல்லவா அது.

செயலாளர் - சரி. இதனை நாம் ஒழுங்காகவும் வைபரீதியாகவும் நடத்த வேண்டும். விசேடமாக இப்பயிலுநர்களுக்குப் பயனுறுதி வாய்ந்த சேவையாக அது இருக்க வேண்டும்.

நீர் - ஆம்! ஆம்!! இல்லாவிட்டால் இச்செயல் வீண் விரயமாகிவிடும். பங்கு பற்றுபவர்களுக்குப் பயனற்றதாக அமைந்தால் இது வீணானதாகிவிடும். இவ்வைபவத்தில் பங்குபற்றுபவர்கள் யாவர்?

செயலாளர் - பணியாளர் சபையின் தீர்மானத்துக்கேற்ப எமது பிரதம அதிதியாகத் தொழிற் கல்வி, தொழிற் பயிற்சி அலுவல்கள் அமைச்சரை அழைக்க உத்தேசிக்கப்பட்டுள்ளது.

நீர் - ஆம். கௌரவ கபீர் ஹஷீம் அவர்கள், நல்லது அவருக்கு வசதியானதாவென விசாரித்தீர்களா?

செயலாளர் - அவர் இதனைப் பற்றிக் கேள்விப்பட்டுப் பெரிதும் மகிழ்ச்சி அடைந்தார். அந்த நாளை ஊடக அலுவலர் குறித்துக் கொண்டார். நாம் அழைப்பை அனுப்ப வேண்டும்.

- நீர் - வேறு விசேட அதிதிகள்...?
- செயலாளர் - மாகாணத்தின் பாராளுமன்ற உறுப்பினர்கள், அமைச்சின் செயலாளர், தொழில் ஆணையாளர், பயிற்சி நிலையத்தின் பணிப்பாளர்கள், சில அறிஞர்கள்.
- நீர் - ஆம். வைபவத்தைக் காலை 9.30 மணிக்கு ஆரம்பிக்கலாம் அல்லவா? பாரம்பரியமாக மங்கள் விளக்கேற்றல் மங்கள் இசையுடன் தொடங்கும்.
- செயலாளர் - நீங்கள்தான் வரவேற்புரையை ஆற்றவேண்டும்.
- நீர் - நல்லது. அதற்கு 5 நிமிடம் போதும்
- செயலாளர் - பயிற்சி நிலையத்தின் இரு பணிப்பாளர்களை உரையாற்ற விடுவோம்.
- நீர் - அதற்கு முன்பாக இதன் குறிக்கோள்கள் உட்பட முக்கியத்துவம் பற்றித் தொழில் ஆணையாளர் உரையாற்றட்டும்.
- செயலாளர் - இத்தலைப்புப் பற்றி உரையாற்ற அறிஞரைக் கொழும்பு பல்கலைக்கழகத்திலிருந்து அழைப்போம். அவர் ஒரு பேராசிரியர். அவரது பேச்சு சிறப்புரையாக அமையும். அதற்கு 20 நிமிடம் ஒதுக்குவோம்.
- நீர் - மேலும், வியாபார ஒழுங்கமைப்புத் தகவல் முகாமையாளரின் உரையும் இடம்பெற வேண்டும். வியாபார நிறுவகங்களின் பலன்தருதிறனை அதிகரிக்கச் செய்வதற்கு இதற்கு 20 நிமிடம் போதும்.
- செயலாளர் - இறுதியில் கௌரவ அமைச்சரின் உரை. இதற்கு 20 நிமிடத்தை ஒதுக்குவோம்.
- நீர் - அடுத்ததாக நன்றியுரை. அதனை நீங்கள் செய்யலாம். 5 நிமிடம் போதும்.
- செயலாளர் - பின்னர் சபையின் கூட்டம் முடிவடையும். தேநீர் விருந்துக்குப் பின்னர் செயலமர்வை ஆரம்பிப்போமா?
- நீர் - தவிசாளர் உட்பட ஒழுங்கமைப்புக் குழு வரவேற்புக்குப் பொறுப்பாக இருக்கட்டும்.

செயலாளர் - சரிதான், அழைப்பிதழ் சரியாகவும் கவர்ச்சியாகவும் இருக்க வேண்டும். வேறு எதுவித விடுபட்டுள்ளதா?  
நீர் - சமயச் சடங்குபற்றிக் குறிப்பிடவில்லை. அது முதலில் இடம்பெற வேண்டும். ஒலிபெருக்கி வசதிகளையும் விருந்தோம்பலையும் அமைச்சு செய்யும் அல்லவா?

(i) மேற்குறித்த உரையாடலில் இடம்பெறும் விடயங்களைக் குறித்துக் கொண்டு அங்குரார்ப்பண வைபத்துக்கான நிகழ்ச்சி நிரலையும் அழைப்பிதழையும் தயாரிக்க.

(14 புள்ளிகள்)

(ii) செயலாளரின் நன்றியுரையை எழுதுக. கற்பனை பெயரைப் பயன்படுத்துக.

(6 புள்ளிகள்)

7. (i) வியாபாரத்தில் பயன்படுத்தப் பொருத்தமான நிலமையில் இருக்கும் பின்வரும் பொருள்களைப் பகிரங்க ஏலத்தில் விற்றல் தொடர்பான செய்தித்தாள் அறிவித்தலைத் தயாரிக்க. பொய் பெயர்களைப் பயன்படுத்துக.

- (a) மர/உருக்குச் சிற்றலுமாரி
- (b) மர/உருக்கு எழுத்து மேசை
- (c) காசாளரின் கருமபீடம்
- (d) சீலிங்கு மின் விசிறி
- (e) மீக்குளிரேற்றி

(10 புள்ளிகள்)

(ii) ஏலத்தின் பின்னர் அப்பொருட்களை வாங்குபவர் அவற்றை நிறுவனத்தின் வளவிலிருந்து எடுத்துச் செல்லல் தொடர்பாகத் தலைமைக் கணக்காளரினால் வழங்கப்படும் நினைவுக் குறிப்பையும் (memo) / அலுவலகக் குறிப்பையும் தயாரிக்க.

## அல்லது

8. (i) சிறந்த ஓட்ட நிலைமையில் இருக்கும் உமது ரொயோட்டா ஹையேஸ் வான் உடனடியாக விற்கப்படவிருப்பதாகத் தெரிவித்து ஞாயிற்றுக்கிழமை “தினக்குரல்” செய்தித்தாளின் விளம்பரப் பகுதியில் வெளியிடுவதற்கான குறுகிய விளம்பர அறிவித் தலைத் தயாரிக்க.

(10 புள்ளிகள்)

- (ii) செய்தித்தாள்களில் தொழில் வாய்ப்பு அறிவித்தல்களை வெளியிடும்போது குறுகிய அறிவித்தல்களும் பெரிய அறிவித்தல்களும் களுக்குமிடையே உள்ள வேறுபாட்டினை உதாரணங்களுடன் விவரிக்க

(10 புள்ளிகள்)

9. ஏ. ஏம். குமார் என்பவர் வள்ளுவர் நகரில் வதியும் சமுர்த்தி உதவி பெறுபவராவார். அவர் சுய தொழிலாக விவசாய நாற்றுமேடையையும் விலங்குப் பண்ணையையும் நடத்தும் அதேவேளை அவற்றை மேலும் மேம்படுத்துவதற்கு உத்தேசித்துள்ளார். இதற்காகப் பொலன்னறுவை மக்கள் வங்கியிலிருந்து கடனைக் கோரி 2003.11.10ஆம் திகதி ஒரு கடிதத்தை அனுப்பியிருந்தார். கடனைப் பெற்றுக்கொள்வதற்கு அவர் சமர்ப்பிக்கவுள்ள பிணை தெளிவற்றும் போதாமலும் இருக்கின்ற தென வங்கி தீர்மானித்துள்ளது. ஆகவே, வங்கியினால் எதிர்பார்க்கப் படும் பிணையையும் நிபந்தனைகளையும் குறிப்பிட்டு விண்ணப்பத்தை மறுபடியும் சமர்ப்பிக்குமாறு தெரிவித்து முகாமையாளரினால் அனுப்பப் படும் பதில் கடிதத்தை எழுதுக.

(20 புள்ளிகள்)

## அல்லது

10. நீர் ஓ கம்பனியின் எழுதுநர் சேவையிலிருந்து 2003.12.01 ஆம் தேதி விலகியுள்ளதாகக் கருதுக. 1998.01.01 ஆந் தேதி தொடக்கம்

வேலை கொள்வோர் நம்பிக்கை நிதிச் (ETF) சபையின் உறுப்புரிமை பெறப்பட்டிருந்தது. மேற்குறித்த காரணத்துக்காக உமது பிரத்தியேகக் கணக்கில் செலவுக்கு (Credit) இருந்து மீதிப் பணத்தை அளிக்கு மாறு கோரி வேலை கொள்வோர் நம்பிக்கை நிதியத்துக்குக் கடிதத்தை எழுதுக.

உரிய விண்ணப்பத்தினதும் ஆள் அடையாள அட்டையினதும் புகைப்பட பிரதியையும் (Photostat copy) இணைத்து அனுப்புமாறு அறிவுறுத்தல் கிடைத்துள்ளது. கொழும்புத் தொழிற் செயலகத்தின் முகாமையாளர் உரிய அதிகாரியாவார்.

(20 புள்ளிகள்)

11. (i) பின்வரும் தரவுகளைக் கொண்டு ஓர் எளிய நிரல் வரைபை அமைக்க. வரைபுத் தாளைப் பயன்படுத்துக.

(10 புள்ளிகள்)

1998 தொடக்கம் 2003 வரைக்கும்  
இலங்கையில் தொழிலின்மை விகிதம்

| ஆண்டு  | ஆட்களின் எண்ணிக்கை (1 000 000) |
|--------|--------------------------------|
| 1998   | 9.1                            |
| 1999   | 8.5                            |
| 2000   | 7.5                            |
| 2001   | 7.8                            |
| 2002/3 | 9.2                            |

- (ii) மேற்குறித்த வரைபினால் காட்டப்படும் தொழிலின்மை பற்றிய சுருக்கமான பகுத்தாய்வு அறிக்கையை எழுதுக.

(10 புள்ளிகள்)

## பரீட்சை வினாக்கள்

### பகுதி I

1. (i) “தொடர்பாடலின் மூலம் எப்போதும் மானசீகமான தொடர்பினைக் கட்டியெழுப்புவதையே எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது.” விரும்பிய வொரு வரைவிலக்கணத்தினூடாக இதனைச் சுருக்கமாக விளக்குக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) வாய்மொழியல்லாத தொடர்பாடல் என்பது யாது? உதாரணங்களுடன் 05 (ஐந்து) ஊடகங்கள் தருக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (iii) வாய்மொழியல்லாத தொடர்பாடலினதும், வாய்மொழித் தொடர்பாடலினதும் வலிமைகளை ஒப்பிடுக. 04 விடயங்கள் போதுமானவை.  
(10 புள்ளிகள்)
2. (i) கேட்டல், செவிமடுத்தல் ஆகியவற்றுக்கிடையிலான வேறுபாட்டினை வகைப்படுத்துக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) சிறந்த செவிமடுத்தல் திறன்கள் ஐந்தினை (05)ச் சுருக்கமாகத் தருக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (iii) நன்கு செவிமடுத்தல் வியாபாரிக்கும், வாடிக்கையாளருக்கும் மிக முக்கியமானதாக இருக்கும் விதத்தினைச் சுருக்கமாக விளக்குக.  
(10 புள்ளிகள்)

3. (i) பின்வரும் தொடர்பாடல் முறைகளைச் சுருக்கமாக விளக்குக.
1. அகமுகவிருப்புள்ள (Introvert) தனிநபர் தொடர்பாடல்
  2. தனிநபர்களுக்கிடையிலான தொடர்பாடல்
  3. குழுத் தொடர்பாடல்
  4. மக்கள் தொடர்பாடல்

(04 புள்ளிகள்)

- (ii) மேற்குறிப்பிட்ட முறைகள் வியாபாரத் தொடர்பாடல் நடவடிக்கைகளில் வழங்கும் பங்களிப்பினைக் குறிப்பிடுக.

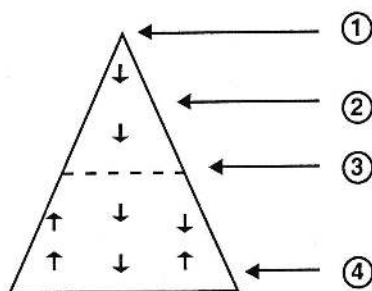
(06 புள்ளிகள்)

- (iii) நிறுவனங்களின் அதிக பிரச்சினைகளுக்குக் காரணமாயிருந்த தொடர்பாடல் குறைபாடுகள் ஆறு (06)ஐ உதாரணங்களுடன் விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

4. கீழே தரப்பட்டுள்ள வரிப்படமானது வியாபார முகாமைத்துவத் தொடர்பாடலின் எந்தக் கோலத்துக்குரியது என்பதைத் தருக. கோலத்தைக் குறிப்பிட்டு, சந்தர்ப்பங்களைத் தருக.

(05 புள்ளிகள்)



- (i) மேலே குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தொடர்பாடல் முறையின் மூலம் ஊடுகடத்தப்படும் தகவல்களை வகைப்படுத்துக.

(05 புள்ளிகள்)

- (ii) முறைசாராத் தொடர்பாடலினால் யாதாயினும் அமைப்பொன்றின் தொழிற்பாடுகள் போசிக்கப்படுவதைப் போன்று திரித்துக் கூறப்படும் விதத்தினைச் சுருக்கமாக விளக்குக.  
(10 புள்ளிகள்)
5. (i) தொடர்பாடல் ஊடகங்கள் என்ற வகையில் விளம்பரங்கள், சுவரொட்டிகள், பதாதைகள் ஆகியவற்றுக்கிடையிலுள்ள வேறுபாடுகளை ஒப்பிடுக.  
(10 புள்ளிகள்)
- (ii) விளம்பரப்படுத்தும் போது எதிர்கொள்ள வேண்டியேற்படும் சவால் பிரச்சினைகள் ஐந்து தருக.  
(iii) சிறந்த விளம்பரமொன்றை அமைப்பதில் கடைப்பிடிக்கப்பட வேண்டிய படிமுறைகளை ஒழுங்குபடுத்துக.  
(10 புள்ளிகள்)
6. (i) நட்பினை ஏற்படுத்திக் கொள்வதற்காக ஒருவர் மேற்கொள்ளக் கூடிய தொடர்பாடல் உத்தி முறைகள் (05) ஐந்து தருக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) அந்த நேர்விளைவுக் (Positive) காரணிகளைச் சந்தைப்படுத்தலில் அபிவிருத்திப் பணிகளின்போது பயன்படுத்தும் விதத்தை உதாராணங்களூடன் விளக்குக.  
(10 புள்ளிகள்)
- (iii) பின்வரும் தொடர்பாடல் முறைகள் பற்றிச் சிறு குறிப்பு எழுதுக. மாநாடுகள், வினாக்கொத்து, தொலைக்காட்சி விரைதூதுச் (Courier) சேவை, சுற்றுநிருபம்.  
(05 புள்ளிகள்)

## பகுதி II

7. (i) வியாபார முகாமைத்துவம் பற்றிய பாடநெறியொன்றினைப் பிரதேசரீதியாக நடாத்துவதற்கு நிறுவனமொன்று திட்டமிட்டுள்ளது.



நீர் அந்நிறுவனத்தின் மக்கள் தொடர்பாடல் உத்தியோகத்தர் (PRO) எனக் கருதிக் கொண்டு, ஞாயிற்றுக் கிழமை வெளிவரும் பத்திரிகை ஒன்றில் வெளியிடுவதற்கு ஏற்றதான மாதிரி விண்ணப்பப் படிவம் ஒன்றுடன் விளம்பரம் ஒன்றைத் தயாரிக்க. உமது விடைத்தாளில் ஒரு பக்கத்தில் அடங்கக்கூடியவாறாக விளம்பரத்தைத் தயாரிக்க. எழுத்துக்களின் அளவு, வடிவம் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துக.

(20 புள்ளிகள்)

8. (i) “நேர்முகப் பரீட்சை என்பது நேருக்கு நேர் செய்யப்படுகின்ற தனியாள் வகிபாகச் சோதனையாகும்.” விளக்குக.

(ii) அதில் பயன்படுத்தப்படும் இரு நுட்பமுறைகளைக் குறிப்பிடுக.

(iii) நேர்முகப் பரீட்சையொன்றை வெற்றிகரமாக எதிர்கொள்ள வேண்டிய ஒருவருக்கு உம்மால் வழங்கக்கூடிய அறிவுரைகள் அடங்கிய தொகுப்பொன்றினைத் தயாரிக்க.

(20 புள்ளிகள்)

9. (i) கடிதமொன்றை வரைதல் (Drafting) என்பதன் கருத்து யாது?

(ii) கொம்போஸ்ட் உரத்தினைத் தயாரிக்கும் செயற்திட்டமொன்றின் சந்தைப்படுத்தல் முகாமையாளர் என உம்மைக் கருதிக் கொள்க.

உரத்தினை மொத்தமாக வழங்குவது தொடர்பாக விவசாயத் திணைக்களம் உம்மிடம் விசாரிக்கின்றது. உரிய விலை, போக்குவரத்துக் கட்டணம், காப்புறுதிக் கட்டணம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கி அதன் பணிப்பாளருக்குக் கடிதம் ஒன்று வரைக. கோப்பு இலக்கம், விசாரிக்க வேண்டியவர் கடிதத் தொடர்பு போன்றவற்றையும் குறிப்பிடுக.

(20 புள்ளிகள்)

அல்லது

வியாபாரம் ஒன்றின் வருடாந்த இலாபத்தில் 15% இணைச் சேமிப்பில் இருவதற்கும் சேவையாளர்களிடையே சேமிப்புப் பழக்கத்தை விருத்தி செய்வதற்கும் நிறுவனம் தீர்மானித்துள்ளது. இத்தீர்மானத்தை நடைமுறைப்படுத்துவதற்குத் தேவையான பொருத்தமான அறிவுரைகளுடன் கூடிய அறிக்கையொன்றைப் பணிப்பாளர் சபைக்குச் சமர்ப்பிக்க.

(20 புள்ளிகள்)

10. (i) பின்வரும் பந்தியை வாசித்து, குறிப்பிட்ட ஆண்டுகளில் அரசு, தனியார் நிறுவனங்களின் தொழில்வாய்ப்புகளை அட்டவணைப் படுத்துக.

இலங்கையின் தொழில் சந்தையில் ஏற்பட்டுள்ள புதிய பாங்கினைப் பார்க்கும்போது அரசு தொழில் வரைபு சுருக்கமடைந்து செல்வதைக் காணலாம். 1990 இல் அரசுதுறையில் 21.5% தொழில்கள் காணப்பட்டன. தனியார் துறையில் 33.7% ஆகும். 1992 இல் அரசு துறை 20.0% ஆகும். எனினும் தனியார் துறையில் 40% வளர்ச்சி ஏற்பட்டது. ஓர் ஆண்டு முழுவதும் இதில் தொடர்ச்சியான வளர்ச்சி காணப்படுகின்றது. 1994இலே அரசு துறை 16.4% ஆக இருக்கையில் தனியார் துறையில் 44.3% மான வளர்ச்சிப் பாங்கினைக் காணமுடிகிறது. அரசு துறையின் தொழில்கள் துரிதமாகக் குறைந்துகொண்டு செல்கின்றன. 1996ஆம் ஆண்டாகும்போது அரசு துறை 14.8% ஆகச் சுருக்கமடைந்துள்ளதோடு தனியார் துறை 47.9% ஆக விரிவடைந்துள்ளதைக் காணலாம். எனவே தனியார் துறையின் தொழில் புலங்களுக்கு ஏற்புடையதாகத் தயாரிக்க வேண்டும்.

(10 புள்ளிகள்)

- (ii) அட்டவணைப்படுத்தப்பட்ட விடயங்களைக் கொண்டு கோட்டு வரைபு ஒன்றை வரைக.

(இதற்காக வரைபுத்தாளைப் பயன்படுத்துக.)

(10 புள்ளிகள்)

## பரீட்சை வினாக்கள்

### பகுதி I

1. (i) தொடர்பாடலுக்கு நீர் விரும்பிய வரைவிலக்கணத்தைத் தருக.  
(04 புள்ளிகள்)
  - (ii) அவ்வரைவிலக்கணத்தைக் கொண்டு, வியாபாரத் தொடர்பாடலின் மூலம் வலியுறுத்தப்படுவதனைச் சுருக்கமாகக் குறிப்பிடுக.  
(06 புள்ளிகள்)
  - (iii) வியாபார அலுவல்களை நடத்தும் நிறுவகத்துக்கு அல்லது அமைப்பகத்திற்கு அத்துறையில் தொடர்பாடல் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருக்கும் ஐந்து சந்தர்ப்பங்களை விளக்குக.  
(10 புள்ளிகள்)
2. (i) வியாபார அமைப்பகம் (Organisation) பின்பற்றும் இரு தொடர்பாடல் நடைமுறைகளைக் குறிப்பிடுக.  
(02 புள்ளிகள்)
  - (ii) அதில் பயன்படுத்தப்படும் நான்கு தொடர்பாடல் ஊடகங்களை அல்லது உத்திகளைக் குறிப்பிடுக.  
(08 புள்ளிகள்)
  - (iii) செய்தி பயனுறுதிமிக்கதாக இருப்பதற்கு அதில் இடம்பெற வேண்டிய அடிப்படை இயல்புகளைச் சுருக்கமாகக் குறிப்பிடுக.  
(10 புள்ளிகள்)
3. (i) வியாபார நிறுவகத்தின் முகாமைக்குத் தேவையான தகவல்கள் கிடைக்கும் முறைசார்ந்த முறைகளை ஒரு வரிப்படத்தில் வகை குறித்துக் காட்டுக.  
(04 புள்ளிகள்)

(ii) அந் நிறுவகத்தினால் உள்ளகத் தொடர்பாடலில் பயன்படுத்தப்படும் ஆறு தொடர்பாடல் உத்திகளைக் குறிப்பிடுக.  
(03 புள்ளிகள்)

(iii) அரசாங்கத் துறையில் நேர்கோட்டு முகாமைத் தொடர்பாடல் குறைபாட்டிற்குக் காரணம் யாது?  
(03 புள்ளிகள்)

(iv) ஐந்து வகைக் கூட்டங்களையும், கலந்துரையாடல்களையும் குறிப்பிட்டு, அவை வியாபார அலுவல்களில் எத்தொடர்பாடல் குறிக்கோள்களை நிறைவேற்றப் பயன்படுத்தப்படுகின்றனவென விமர்சிக்க.  
(10 புள்ளிகள்)

4. (i) பின்வரும் தொடர்பாடல் முறைகள் வியாபார அலுவல்களில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தனவாக இருக்கும் விதம் பற்றிச் சுருக்கக் குறிப்புகள் எழுதுக.  
(a) மஞ்சள் பக்கத் தொலைபேசி விவரக்கொத்து  
(b) வர்த்தமானி அறிவித்தல்  
(c) வர்ண மின்சைகைகள்  
(d) கணினிப் பின்னலமைப்பு  
(e) கட்டளைகள்

(10 புள்ளிகள்)

(ii) வியாபார அமைப்புகத்தில் (Irganisation) தொடர்பாடலிலும், முகாமையிலும் செவிப்புல - கட்புல உபகரணங்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் பெறத்தக்க இவ்விரண்டு பயன்களைச் சுருக்கமாக எடுத்துரைக்க.

(10 புள்ளிகள்)

5. (i) முகாமை அலுவல்களில் ஒழுங்கமைப்புக் கோட்டுப் படம் (Organisation chart) தொடர்பாடல் உபகரணம் என்ற ரீதியில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருக்கும் விதத்தைக் காட்டுக.  
(04 புள்ளிகள்)

(ii) பின்வரும் தகவல்களைக் கொண்டு, முகாமை அதிகாரங்கள் பிரிக்கப்படும் விதத்தைக் காட்டும் ஒழுங்கமைப்புக் கோட்டுப் படத்தை அமைக்க.

நிறுவகம் X என்பது போதிய எண்ணிக்கையில் வேலையாளர் களைக் கொண்ட நடுத்தர அளவிலான வியாபார அமைப்பு கமாகும். இது பணியாளர்குழு (Staff) முகாமைத் திணைக் களத்தின் கீழ் உள்ளது. தொழில் பதவி அடுக்கமைப்பிற்கேற்ப உயர்தர முகாமைத்துவம் பொது முகாமையாளரிடம் உள்ளது. அவர் நேர்கோட்டு முகாமையாளராக இருக்கும் அதேவேளை அவருக்குக் கீழே உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்தல், பணியாளர்குழு, நிதியுடன் தொடர்புபட்ட முகாமையாளர்கள் உள்ளனர். பணி யாளர்குழு முகாமையாளரின் கீழ் சேவையாளர் நிருவாகத்திற் காகவும் தொழில் தொடர்புகளுக்காகவும் அலகுகள் இரண்டாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. அப்பிரிவுகள் உதவிச் சேவையாளர் முகாமை யாளர்களின் கீழ் வருகின்றன.

(10 புள்ளிகள்)

- (iii) “எந்தவொரு வெற்றிகரமான முகாமையாளரும் சிறந்த தொடர்பாடுநராவார்.” ஒரு பந்தியில் விமர்சிக்க.

பெரிய இளை நூலகம்  
மாநகராட்டி மல்தம்  
மாடுப்பாணம்

பகுதி II

6. (i) “கடிதத்தின் மூலம் தொடர்பாடப்படும் தகவல்கள் சட்டரீதி யானவை.” தனியாளர் வாழ்வில் தினசரி உத்தியோகபூர்வத் தேவைகளில் போன்று வியாபார அலுவல்களிலும் இவ்வெண்ணக் கருவின் முக்கியத்துவம் பற்றிக் கலந்துரையாடுக.

(10 புள்ளிகள்)

- (ii) நீர் தற்போது ஒரு நகர மாடி வீட்டுக் கட்டடத் தொகுதியில் வதிவதாகக் கொள்க. அதனுடன் இணைத்து அமைக்கப்பட்டுள்ள பழப்பாணம், யோகட் என்பன உற்பத்தி செய்யும் தொழிற் சாலையிலிருந்து வெளியேறும் புகை, காரங்களைக் கொண்ட பொருள்கள், குப்பைக்கூழும் ஆகியன சுற்றாடலில் பரவுவதனால் வீடுகளில் வகிப்பவர்களின் உடனலத்திற்குப் பெரிய அச்சுறுத்தல் ஏற்பட்டுள்ளது. தொழிற்சாலைக் கட்டளைச் சட்டத்தின் கீழ் சுற்றாடலைப் பாதுகாக்குமாறு கோரித் தொழில் ஆணையா ளருக்கு ஒரு கடிதத்தை எழுதுக.

(10 புள்ளிகள்)

என் 307427

7. (i) அறிவித்தலைத் திட்டமிடுகையில் பின்பற்ற வேண்டிய கோட்பாடுகளைச் சருக்கமாக எடுத்துரைக்க.

(10 புள்ளிகள்)

(ii) நீர் குறித்த உல்லாசப்பயண வியாபார நிறுவகம் ஒன்றின் கணக்காளரெனக் கொள்க. அச்சேவை நிலையத்தில் அலுவலக உபகரணங்கள், பேணல் உபகரணங்கள், நுகர்பொருள்கள் ஆகியவற்றில் சேதமடைந்த பொருள்களை ஏலத்தில் விற்கத் தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ளது. மேற்குறித்த பொருள்களின் விவரங்கள் இடம்பெறும் அறிவித்தலைச் செய்தித்தாளில் வெளியிடுவதற்குத் தயாரிக்க. கற்பனைப் பெயர்களை இடுக.

(10 புள்ளிகள்)

8. (i) திரு. வை. சமன் கருணாசேனா இரத்தமலானையில் திரு. டபிள்யூ. சுமதிபாலாவிற்சூரிய ஹை அப்பரல் என்ற தொழிற்சாலையில் பணியாற்றுகின்றார்.

(ii) அவருடைய சேமலாப நிதி இல. 12259/Y/80 ஆகும்.

(iii) தொழிலாளர் சேமலாப நிதியின் அரையாண்டு அங்கத்துவக் கணக்குக் கூற்றில் அங்கத்துவரின் பெயர் வை. சமன் கருணாத்திலகா என்று பதிவு செய்யப்பட்டிருந்தது.

(iv) தேசிய ஆளடையாள இல. 753032330 V ஆகும்.

(v) பெயரைத் திருத்துவதற்காகக் கொடும்பு 1, 34-36, சனாதிபதி மாவத்தை என்னும் முகவரியில் உள்ள இலங்கை மத்திய வங்கியின் சேமலாப நிதியின் கண்காணிப்பாளரிடம் இதனைப் பற்றி அறிவிக்க வேண்டும்.

(vi) கொடும்பு 5, நாராஹேன்பிட்டி, தொழிற் செயலகத்தில் தொழிலாளர் நம்பிக்கை நிதியத்தின் (ETF) முகாமையாளர் (நிதி) என்பவருக்கு ஒரே பிரதியைத் தேவையான நடவடிக்கைக் காக அனுப்ப வேண்டும்.

(vii) தேசிய ஆளடையாள அட்டையின் உறுதிப்படுத்திய ஒரு பிரதியைக் கடிதத்துடன் இணைக்குமாறு அறிவுறுத்தப்பட்டுள்ளது. மேற்குறித்த தகவல்களைக் கொண்டு உரிய கடிதத்தை எழுதுக.

(20 புள்ளிகள்)

9. (i) தொடர்பாடல் உபகரணங்களைப் பயன்படுத்துகையில் எந்தச் சந்தர்ப்பங்களில் நினைவிதழ் (memorandum) பயன்படுத்தப்படும்? அதன்போது நீர் பின்பற்றும் விசேட விடயங்களைச் சுருக்கமாக எடுத்துரைக்க.

(10 புள்ளிகள்)

(ii) உமது கடமைகள் தொடர்பான தலைமை அலுவலகம் கொழும்பு - 7, விஜேராம மாவத்தையில் உள்ள அனர்த்த முகாமை நிலையமாகும். நீர் நாட்டின் ஒரு குறித்த மாகாணத்தின் தலைமை அனர்த்த முகாமையாளராவீர். பிரதேசத்தில் ஏற்படும் அனர்த்தங்களில் ஒன்றைத் தெரிந்தெடுத்துத் தலைமை அலுவலகத்திற்கு அனுப்புவதற்கு உகந்த ஒரு நினைவிதழைத் தயாரிக்க.

10. இலங்கையில் தொழிற் பயிற்சி நிறுவகம் ஒன்றில் 2005 ஆம் ஆண்டின் போது மாகாணரீதியில் சேர்க்கப்பட்ட மாணவர்களின் எண்ணிக்கைகள் கீழே காணப்படுகின்றன.

2005 ஆம் ஆண்டில் மாகாண ரீதியில் சேர்க்கப்பட்ட

மாணவர் எண்ணிக்கை

| மாகாணம்   | ஆண்  | பெண் |
|-----------|------|------|
| மேல்      | 1522 | 774  |
| தென்      | 1091 | 857  |
| வடமேல்    | 1218 | 593  |
| மத்திய    | 1177 | 597  |
| சபரகமுவ   | 819  | 473  |
| ஊவா       | 770  | 462  |
| கீழ்      | 717  | 413  |
| வட        | 574  | 210  |
| வட மத்திய | 289  | 205  |

(i) மேற்குறித்த தரவுகளை வகைகுறிப்பதற்கு உகந்த இணைந்த நிரல் வரைபை அமைக்க

(10 புள்ளிகள்)

(ii) வரைபைப் பயன்படுத்தித் தொழிற் பயிற்சி பற்றிய மாகாண ரீதியில் உள்ள சமயின்மையை பகுப்பாய்வு செய்க.

(10 புள்ளிகள்)

## பரீட்சை வினாக்கள்

### பகுதி I

1. (i) “தொடர்பாடல் என்பது இரட்டைச் செயன்முறையாகும்” சுருக்கமாக அறிமுகஞ் செய்க. (02 புள்ளிகள்)
  - (ii) வெற்றிகரமான தொடர்பாடலில் இருக்க வேண்டிய நான்கு அம்சங்களைக் குறிப்பிடுக. (02 புள்ளிகள்)
  - (iii) தொடர்பாடலில் மொழித் திறனின் முக்கியத்தை ஆறு விடயங்களில் சுருக்கமாகக் காட்டுக. (06 புள்ளிகள்)
2. பின்வருவது ஒரு வியாபார நிறுவகத்தைப் பற்றிய விடய ஆய்வாகும். வரையறுத்த எட்வேட் அன் கம்பனிக்கு அண்மையில் நியமனம் பெற்று வந்த முகாமையாளர் நிதமும் சிரித்த முகத்துடன் இருக்கும் நபராவார். எனினும் அவர் வலிந்து பெற்ற கௌரவத்துடனும் பெருமை யுடனும் நடந்துகொள்கின்றார். அவர் கீழமைந்த அலுவலர்களின் கருத்துகளைக் கேட்க அல்லது ஏற்றுக் கொள்ளத் தயங்குகின்றார். அவர் தமது அபிப்பிராயத்தையே புகழ்ந்து கொள்கிறார். அவர் ஏனைய நிறுவகங்களுடன் தொடர்புகளைப் பேண விருப்பற்றவராகவும் பயப்படு பவராகவும் நடந்து கொள்கின்றார்.
    - (i) நிறுவகத்தில் உள்ள இந்நிலைமையைத் தொடர்பாடல் நோக்கு நிலையிலிருந்து சுருக்கமாக விமர்சிக்க. நான்கு விடயங்கள் போதியனவாகும். (04 புள்ளிகள்)
    - (ii) எதிர்காலத்திலே வியாபாரத்தில் ஏற்படத்தக்க சூழ்நிலையை (atmosphere) மூன்று விடயங்களில் சுருக்கமாக விமர்சிக்க. (06 புள்ளிகள்)
3. நீர் ஒரு குறித்த உற்பத்தி நிறுவகத்தின் அபிவிருத்தி, ஆய்வு அலுவலரெனக் கொள்க.
    - (i) அந்நிறுவகத்தின் வினைத்திறனையும் பலன்தருதிறனையும் மேம்படுத்துகையில் உமக்கு எவ்விதத் தேவைகளுக்குத் தொடர்பாடல் உதவும்? நான்கு விடயங்கள் போதியனவாகும். (04 புள்ளிகள்)
    - (ii) சேவையாளர் திருப்தியை ஏற்படுத்தல் தொடர்பாக நீர் தெரிவிக்கும் ஆறு தொடர்பாடல் உத்திகளைப் பட்டியற்படுத்துக. (06 புள்ளிகள்)



4. (i) ஒரு குறித்த நிறுவகத்திற்கு ஆட்சேர்க்கும்போது தேவையான தனியாள் தகவல்கள் பெறப்படும் இரு புற, அகத் தொடர்பாடல் நுட்பமுறைகளைக் குறிப்பிடுக. (02 புள்ளிகள்)
- (ii) அவ்விரு நுட்பமுறைகளுக்குமிடையே உள்ள வேறுபாட்டினை ஒப்பிடுக. (04 புள்ளிகள்)
- (iii) மேற்குறித்த இரு முறைகளிலிருந்தும் பெறத்தக்க தகவல்களின் முக்கியத்துவத்தை மதிப்பிடுக. (04 புள்ளிகள்)
5. (i) பின்வரும் தொடர்பாடல் முறைகளைப் பற்றிச் சுருக்கக் குறிப்புகள் எழுதுக.
- (i) பாய்ச்சற் கோட்டுப்படம்
- (ii) மடிமேல் (Laptop) கணினி
- (iii) சர்வதேசத் தொலைபன்னிச் சேவை
- (iv) சைகைகள்
- (v) MS அலுவலகப் பொதி (MS office package) (10 புள்ளிகள்)
6. (i) செய்தித்தாள் தொடர்பாடலின் எந்தத் துறையைப் பிரதிநிதித் துவப்படுத்துகின்றது? (02 புள்ளிகள்)
- (ii) அதிலிருந்து பெறத்தக்க நான்கு தகவல்களை உதாரணங்களுடன் வகைப்படுத்துக. (04 புள்ளிகள்)
- (iii) வியாபாரத் துறையில் அதன் முக்கியத்துவத்தை வெளிக் காட்டுக. (04 புள்ளிகள்)

## பகுதி II

7. நீர் குறித்த அரசாங்க நிறுவகத்தில் எழுதுநராகப் பணியாற்றுகிறீரெனக் கொள்க.
- தற்போது சில அரசாங்க நிறுவகங்கள் தொடர்பாகப் பொதுமக்களின் மனப்பான்மை திருப்திகரமான மட்டத்தில் இல்லையென வலியுறுத்தப் பட்டு வருகின்றது. ஆகவே பொதுமக்களுடன் சேவையாளர்கள் கொண்டுள்ள தொடர்புகளைத் திருப்திகரமான மட்டத்தில் பேணத் தேவையான அறிவுறுத்தலைத் தயாரிக்குமாறு உமது நிறுவகத்தின் பணிப்பாளரிடம் உயர் அதிகாரிகள் அறிவித்துள்ளனர். அதற்குத் தேவையான சுற்று நிருபக் கடிதத்தை வரையுமாறு உமக்கு அறிவுறுத்தப்பட்டுள்ளது. தேவையான அறிவுறுத்தல்களுடன் சுற்றுநிருபக் கடிதத்தைத் தயாரிக்க. (20 புள்ளிகள்)
8. “இலங்கையில் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் ஒழுக்கவியல் அபி

விருத்தியில் கொண்டுள்ள செல்வாக்கு” என்னும் தலைப்பில் ஒரு செய்தித்தாள் கலந்துரையாடலை நீர் நடத்துகிறீரெனக் கொள்க. அக்கலந்துரையாடல் தொடர்பாக ஒரு ஞாயிற்றுக்கிழமைச் செய்தித் தாளில் வெளியிடுவதற்கு வழிபடுத்தத்தக்க வினாக்கொத்துடன் கூடிய ஒரு கடிதத்தைத் தயாரிக்க. (20 புள்ளிகள்)

9. ஒரு தனியார் உற்பத்திக் கம்பனியின் ஒழுங்கமைப்புக் கட்டமைப் பிலிருந்து தெரிந்தெடுத்த ஒரு பகுதி பற்றிய விவரம் கீழே தரப்பட்டுள்ளது. வரையறுத்த எட்வேட் கம்பனியின் தவிசாளர் (Chairman) நிருவாகத் துறையின் அதியுயர் மட்டத்தில் இருக்கும் அதே வேளை பொது முகாமையாளர் அவரை ஒத்த அதிகாரங்களைக் கொண்டுள்ளார். அவர் தவிசாளரின் ஆலோசனைகளின்படி செயற்படுகின்றார். எனினும், இருவருமே தீர்மானத்தை மேற்கொள்கின்றனர்.

நிறுவகத்தின் ஏனைய பணிகள் பல்வேறு பிரிவுகளின் மூலம் நடத்தப் படுகின்றன. உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்தல், நிதி, மனித வள அபிவிருத்தி, ஆய்வுப் பிரிவு போன்ற பிரிவுகள் அவற்றில் இடம்பெறுகின்றன. நிதிப் பிரிவின் கணக்காளர் உதவி முகாமையாளருக்குப் பதிலாகச் சேவையாற்றுகின்றார்.

(i) மேற்குறித்த தகவல்களைப் பயன்படுத்தி அடுக்கமைப்பு (hierarchy) முறைக்கமைய ஒழுங்கமைப்புக் கோட்டுப்படத்தை (Organization chart) அமைக்க.

(ii) ஒழுங்கமைப்புக் கோட்டுப்படத்தின் பயன்களைப் பகுப்பாய்வு செய்க. (20 புள்ளிகள்)

10. “இலங்கை மத்திய வங்கியின் அறிக்கை - 2005” இலிருந்து பெயர்த் தெடுக்கப்பட்ட, தொழிலாளர் சதவீதத்தைக் காட்டும் எண் தரவு கீழே காணப்படுகின்றது.

#### தொழிலாளர் சதவீதம்

|                  |       |
|------------------|-------|
| 1. விவசாயம்      | 30.7% |
| 2. கைத்தொழில்கள் | 24.5% |
| 3. சேவைகள்       | 44.8% |

(i) மேற்குறித்த எண்களை ஒரு படவரைபில் எடுத்துரைக்க. தசம தானங்களைக் கிட்டிய எண்ணிற்குத் தயார்செய்க. (10 புள்ளிகள்)

(ii) தகவல் தொடர்பாடலில் படவரைபுகளின் அநுகூலங்களையும் பிரதிசூலங்களையும் பற்றி ஆராய்க. (10 புள்ளிகள்)

**பரீட்சை வினாக்கள்**  
**பகுதி I**

1. (i) “தொடர்பாடல் என்பது அனைத்து ஜீவராசிகளுக்கும் உரிய செயற்பாடு” என்பதை ஏற்றுக் கொள்கின்றீரா? உமது விடைக்கான 4 காரணங்களைத் தருக?  
(04 புள்ளிகள்)
- (ii) தொடர்பாடல் சக்கரம் என்பதை படத்தின் மூலம் காட்டுக  
(03 புள்ளிகள்)
- (iii) லாஸ்வெல்லின் தொடர்பாடல் மாதிரியை குறிப்பிடுக.  
(03 புள்ளிகள்)
2. (i) ஆற்றல் மிக்க தொடர்பாடல் கொண்டிருக்க வேண்டிய பண்புகள் யாவை?  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) எதிருட்டல் என்பதனால் நீர் விளங்கிக் கொள்வது யாது?  
(05 புள்ளிகள்)
3. (i) தொடர்பாடலில் ஏற்படும் தடைகள் யாவை?  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) வியாபாரப் பணிகளில் தொடர்பாடல் தடையை நீக்குவதற்கான ஆலோசனைகள் ஐந்தினைத் தருக?  
(05 புள்ளிகள்)
4. முறைசார்ந்த தகவல் தொடர்பையும் முறைசாராத் தகவல் தொடர்பையும் வேறுபடுத்தி உதாரணம் தருக.  
(10 புள்ளிகள்)
5. (i) வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பு முறைகளை பெயரிடுக.  
(05 புள்ளிகள்)
- (ii) வாய்மொழி மூலமான தகவல் தொடர்பு வலிமை வாய்ந்ததாக இருப்பதற்குரிய காரணங்கள் யாவை?  
(05 புள்ளிகள்)

## கலைச்சொற்கள் (Technical terms)

|               |   |                           |
|---------------|---|---------------------------|
| Add           | : | மேலதிகவிபரம்              |
| Ams           | : | காலை பதிப்புச் செய்திகள்  |
| Beat          | : | செய்திக்களம்              |
| Box news      | : | பெட்டிச்செய்தி            |
| Cable         | : | கடல்வழித்தந்தி            |
| Cartoon       | : | கேலிச்சித்திரம்           |
| Channel       | : | அலைவரிசை                  |
| C. D          | : | இறுவட்டு                  |
| Concept ional | : | கருத்துப்படம்             |
| Coverage      | : | செய்தி சேகரித்தல்         |
| Crime news    | : | குற்றச் செய்தி            |
| Cross line    | : | ஒரு வரித்தலைப்பு          |
| Cub           | : | பயிற்றப்படும் செய்தியாளர் |
| Cut line      | : | அடிவசனம்                  |
| Dead          | : | நீக்கப்படல்               |
| Digital       | : | எண்மாணம்                  |
| Dummy         | : | மாதிரி அமைப்பு            |
| Ear panel     | : | செவிப்பக்க விளம்பரம்      |
| e-commerce    | : | இலத்திரனியல் வர்த்தகம்    |
| additional    | : | ஆசிரியர் தலையங்கம்        |
| effects       | : | செய்தித் தாக்கம்          |

|                    |   |                                    |
|--------------------|---|------------------------------------|
| e-mail             | : | இலத்திரனியல் தபால்                 |
| fake news          | : | பொய்யான செய்தி                     |
| fillers            | : | நிரப்புச்செய்தி                    |
| fir                | : | முதல் தகவல் அறிக்கை                |
| flage              | : | செய்தித்தாளின் பெயர்               |
| feedback           | : | பின்னூட்டல் / எதிருட்டல்           |
| FM                 | : | பண்பலை வரிசை                       |
| F.Y.R              | : | உங்களுக்கான அறிவிப்பு              |
| Facts              | : | தொலைநகல்                           |
| Five- W's          | : | யார்? என்ன? எப்பொழுது? எங்கு? ஏன்? |
| Hardware           | : | வன்பொருள்                          |
| Internet           | : | இணையம்                             |
| Lesser technology  | : | ஒளிக்கற்றை தொழில்நுட்பம்           |
| Mass culture       | : | பொதுமக்கள் கலாசாரம்                |
| Mass communication | : | பொதுமக்கள் தகவல்தொடர்பு            |
| Multimedia         | : | பல்லூடகம்                          |
| Remote Control     | : | தொலைக்கட்டுப்பாட்டுக் கருவி        |
| Satellite          | : | செயற்கைகோள்                        |
| Telex              | : | தொலைஅச்சு                          |
| Telnet             | : | தொலைவழி அணுகல்                     |
| Testimonial        | : | ஆவணச்சான்று                        |
| Video              | : | ஒளிப்படதிவுப் பேழை                 |
| WWW                | : | வையகவிரிவு வலை                     |

## உசாத்துணை நூல்கள்

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| அச்சுக்கலை                           | : சம்பந்தன்                                 |
| இதழியல்                              | : இரா. கோதண்டபாணி                           |
| இதழியல்                              | : பாரதிதாஸீன் பல்கலைக்கழக<br>பாடநூல் (M. A) |
| இதழியல் ஓர் அறிமுகம்                 | : கு. முத்துராஜன்                           |
| ஒரு நாளிதழ் உருவாகின்றது             | : து. தமிழரசு                               |
| கணிப்பொறி ஓர் அறிமுகம்               | : கே. இராம்குமார்                           |
| சங்ககாலம்                            | : கு. முத்துராசன்                           |
| செய்தித் தொடர்பியல் கொள்கைகள்        | : க. பூரணச்சந்திரன்                         |
| தகவல்தொடர்பியல்                      | : வெ கிருஷ்ணசாமி                            |
| தகவல்தொடர்பு கோட்பாடுகள்             | : டாக்டர் அ. சசிரேகா                        |
| தொலைக்காட்சியும் பிற தகவல் தொடர்பும் | : வெ. நல்லதம்பி                             |
| மக்கள்தகவலியல்                       | : கி. ராஜா                                  |
| மக்கள் தகவல்தொடர்பியல் கலைச்சொற்கள்  | : அ.ஆலிஸ்                                   |
| மேலாண்மைத் தகவல்தொடர்பு              | : பிரசன்னா வெளியீடு                         |
| வணிகத்தகவல் தொடர்பு                  | : டாக்டர் வி. இராதா                         |
| வணிகக் கடிதத் தொடர்பு                | : ஆர். பிரேமாவதி                            |
| Mass Communication                   | : S. Kumar                                  |
| Communication Theory                 | : Mcquail Denis                             |
| Developing Communication Skills      | : Krishana Mohan                            |

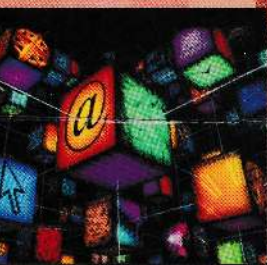








## இந் நூல் ...



உலகம் யாவையும் தாழ்வுவாக்கிய பிரளயமாகி நிற்கும் தகவல் தொழில்நுட்பம் அழிகைநிலை மற்றும் பயன்பாட்டு நிலை என்ற இரு பெரும் பரிமாணங்களைக் கொண்டது. இத்துறையிலே தமிழில் நூலாக்கங்கள் மேலெழுந்து வளர்ச்சியற்று வருதல் அதன் முக்கியத்துவத்தை எழுத்துரு நிலையில் மீளவலியுறுத்துகின்றது. சராசரியான வாசிப்பு மட்டத்திலிருந்து உயர்நிலை வாசிப்பு மட்டங்களை நோக்கி உலக அறிவு எழுநிலை நிகழ்ந்து கொண்டிருக்கும் வேளை தமிழ் வாசகரையும் அத்தகைய ஒரு நிலைக்குத்து அசைவியத்தை (Mobility) நோக்கி நகர்த்தும் நூலாக்கம் ஒன்றை திருமதி. அ. வைத்திலிங்கம் (உ.மா) மேற்கொண்டுள்ளார்.

தகவல் தொழில்நுட்பம் பற்றிய பிரகஞ்சு அற்றோர் சமகால உலகில் “காலாவதியானவர்களாக” மாறி வரும் நிலையில், இவ்வாறான நூலாக்கம் காலத்தின் வேண்டுகோளையிருத்தலையும் குறித்துரைக்க வேண்டியுள்ளது.

அண்மைக் காலத்தில் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஆய்வுகளின்படி நாள் ஒன்றுக்கு இந்நாட்டில் ஒரு புதிய தமிழ் நூல் வெளிவருதல் கூடிக் காட்டப்பட்டுள்ளது. ஆக்கத் துறையில் நிகழ்ந்து வரும் இந்தப் புதிய மலர்ச்சி வாசகரிடத்தும் சமாந்தர வளர்ச்சியை ஏற்படுத்த இந்தப் புதிய நூல் வரவு தூண்டுதளளித்தல் வேண்டுமென வாழ்த்துகின்றேன்.

மேராசியர் சமா. ஜெயராசா

ISBN 978-955-51144-0-0



789555114400

BOOK  
LAB



புத்தகக் கடை